

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»**

Навчально-науковий інститут психології

Кафедра психології

Таран Олена Вікторівна

УДК 159.9 _____

Кваліфікаційна робота

Психологічні чинники залучення студентів (підлітків, осіб зрілого віку, осіб з обмеженими можливостями і т.д. – це окремі темі для дослідження) до соціальних мереж.

053 «Психологія»

«Психологія»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ І. І. Іванов

Науковий керівник (консультант) Петрунько О.В., зав.каф., проф.каф., доктор психол. наук, с.н.с.

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	5
1.1. Основні підходи до визначення соціальних мереж. Функції соціальних мереж Інтернет.....	5
1.2. Аспекти взаємодії сучасної молоді у соціальних мережах.....	10
1.3. Психологічні чинники популярності соціальних мереж.....	16
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЗАЛУЧЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	22
2.1. Психологічні особливості студентського віку як найбільш схильного до впливу соціальних мереж.....	22
2.2. Діагностика психологічних чинників залучення студентів до соціальних мереж.....	26
Висновок до розділу 2.....	46
РОЗДІЛ 3 ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ВИВЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ПРОФІЛАКТИКИ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ У МОЛОДІ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	47
3.1 Програма вибіркового курсу «Основи медіаграмотності».....	47
3.2. Розробка та апробація програми профілактики інтернет- залежності студентів з метою підвищення їх інформаційно-психологічної безпеки.....	50
Висновки до розділу 3.....	54
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ.....	72

ВСТУП

У сучасному світі соціальні мережі стали не тільки засобом комунікації, але й значущим фактором соціальної інтеграції, особливо серед студентської молоді. Значення цих платформ у повсякденному житті молодих людей викликає великий інтерес з точки зору психології, оскільки вони впливають на формування ідентичності, соціальні взаємодії та емоційне благополуччя. Важливість дослідження психологічних чинників, які спонукають студентів активно використовувати соціальні мережі, полягає в можливості розуміння як позитивних, так і потенційно негативних наслідків їхнього впливу на молодь.

Психологічні фактори, такі як потреба в належності, самовираженні, підтримці та визнанні від ровесників, відіграють ключову роль у залученні студентів до цих мереж. Це дослідження має на меті заглибити розуміння того, як саме ці потреби задовольняються через соціальні мережі та які психологічні наслідки може мати така взаємодія для студентів. На тлі цифрової ери, коли межі між реальним і віртуальним спілкуванням стають все більш розмитими, стає очевидною необхідність в глибокому та систематичному аналізі впливу соціальних мереж на молодіжне середовище.

Зростання впливу соціальних мереж на суспільне життя зокрема серед молоді, робить актуальним дослідження психологічних аспектів їх використання. Соціальні мережі впливають на емоційний стан, навчальну мотивацію, соціальні зв'язки та професійний розвиток студентів, що робить важливим аналіз цих факторів з метою формування ефективних стратегій для підвищення якості життя та успішності молоді.

Метою дослідження є вивчення психологічних факторів, що впливають на залученість студентів до соціальних мереж, ідентифікація основних мотиваційних та поведінкових моделей, що спонукають молодь активно використовувати ці платформи.

З огляду на вказану мету, виникає необхідність виконання наступних **завдань** дослідження:

1. Розглянути основні підходи до визначення соціальних мереж, а також проаналізувати функції соціальних мереж Інтернет;
2. Дослідити аспекти взаємодії сучасної молоді у соціальних мережах;
3. Встановити психологічні чинники популярності соціальних мереж;
4. Провести емпіричне дослідження психологічних чинників залучення студентів до соціальних мереж;
- 5.

Об'єкт дослідження є студентська молодь, яка активно користується соціальними мережами, а **предмет** - психологічні фактори залучення студентів до соціальних мереж.

Для написання даної роботи були використані наступні **методи**: теоретичний аналіз літератури, емпіричні методи, зокрема опитування та інтерв'ю, статистичний аналіз даних та метод кейс-стадії. Окрім того у дослідженні були застосовані такі **методики** як: особистісний опитувальник Г. Айзенка EPQ, методика оцінки тривожності Ч.Д. Спілбергера та Ю.Л. Ханіна, тест комунікативних умінь Л. Міхельсона та шкала Інтернет-залежності Чена.

Структура нашої роботи складається зі вступу, трьох розділів та підрозділів до них, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. **Загальний обсяг** роботи налічує сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ТА СУТНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Основні підходи до визначення соціальних мереж. Функції соціальних мереж Інтернет

Вже наприкінці XIX - на початку XX століття вчені почали зацікавлено вивчати соціальні зв'язки між групами людей [35]. Еміль Дюркгейм зазначав, що соціальні явища не можна пояснити лише особливостями окремих осіб. Георг Зіммель аналізував слабко пов'язані соціальні мережеві структури і став одним з перших дослідників мереж, використовуючи термін «павутина відносин» [36]. У 1930-х роках Дж. Морено опублікував праці з соціометрії, де досліджував міжособистісні та міжгрупові взаємини [37]. Його новаторство полягало в створенні соціограм — схематичних зображень структури міжособистісних відносин у невеликих соціальних групах. Одне з його досліджень полягало в розміщенні дівчат з дитячого будинку у котеджах на основі взаємної симпатії, результати були представлені у вигляді матриць та соціограм, які відображали структуру переваг у групі. Ці експерименти Дж. Морено фактично започаткували аналітичне дослідження соціальних мереж [9].

Пізніше, Алекс Бейвлас (1948) і Харольд Левітт (1951, 1963) зробили важливий крок у теоретичному розвитку, пропонуючи розглядати мережі як сукупності позицій, а не індивідуальних особистостей. Вони показали, що взаємозв'язки між позиціями становлять основу структури й що централізація комунікацій може підвищити ефективність виконання завдань. Вони також висунули ідею, що зв'язки між позиціями функціонують як потоки ресурсів. У другій половині XX століття значний внесок у розвиток соціальних мереж зробили дослідники, такі як Р. Соломонофф, С. Берковіц, С. Боргетті, Р. Берт та інші. В 1950-х роках роботи британських антропологів, як Дж. Барнес та Е. Ботт, підкреслили складні соціальні феномени, пов'язані з

участю в соціальних мережах. Термін «соціальна мережа» вперше ввів Джеймс Барнес у 1954 році [38]. Він і інші антропологи того часу аналізували як люди пов'язуються у мережеві структури.

С. Найдл у 1957 році в «Теорії соціальної структури» дослідив соціальні структури на рівні великих популяцій, відмінно від раніше досліджуваних малих експериментальних груп, вносячи вклад як у психологію, так і у соціологію. Він зазначив, що структуру суспільства можна визначити через конкретну популяцію та поведінкові зразки, які формують мережі відносин між акторами, що виконують їх спільні ролі.

У 1959-1968 роках угорські математики Пол Ердос і Альфред Реній опублікували серію робіт, які описали використання математичних принципів для моделювання соціальних мереж. Вони представили теорію випадкових графів, яка дозволяє описувати складні мережі без видимих принципів побудови, використовуючи біноміальні та Пуассонівські розподіли для з'єднання вершин. Однак у початку ХХІ століття з'ясувалось, що модель Ердоса-Реній не відповідає характеристикам реальних соціальних мереж в Інтернеті.

У 1969 році американські психологи Стенлі Мілгрем та Джеффри Треверс запропонували теорію "шести ступенів відокремленості", за якою всі люди на планеті є з'єднаними через п'ять проміжних знайомств. Експеримент, проведений у містах Омаха і Бостон, показав, що лист, переданий через знайомих, доходить до адресата через п'ять людей. Це дослідження підтверджено в 1998 році вченими Колумбійського університету за допомогою електронної пошти.

Також, у 2008 році Microsoft виявила, що серед 240 мільйонів користувачів сервісу кожен може "досягти" іншого в середньому за 6,6 "рукостискань". Університет Мілана та Facebook провели подібне дослідження, яке показало, що між двома користувачами Facebook існує лише 4,74 рівня зв'язку. Додаток "ланцюжок друзів — теорія шести рукостискань" у соціальній мережі "ВКонтакте" дозволяє визначити ступені

зв'язку між користувачами. Зазвичай, користувачі з країн колишнього СНД виявляють між собою лише 3-4 рівні відокремленості. Такі експерименти іноді не підтверджують теорію шести рукошляків, можливо, через спосіб, яким соціальні мережі використовують дані для рекомендації потенційних знайомств на основі аналізу контактів електронної пошти або спільних інтересів.

Сьогодні соціальні мережі становлять один з найбільш популярних сегментів Інтернету. Згідно з даними аналітичної компанії comScore, вони охоплюють приблизно 85% усіх користувачів глобальної мережі. В контексті освітніх викликів ХХІ століття, які включають безперервність, масовість і якість навчання, технологічні інновації, зокрема модернізація веб-платформ, відкривають нові можливості для організації масової та безперервної освіти. Така модернізація відіграє ключову роль у професійній безперервній підготовці та самоосвіті, сприяючи розвитку інформаційної культури та самоусвідомленню.

В той час як наукова спільнота та освітяни лише починають розробляти обґрунтовані підходи до технологій "комп'ютерного навчання", конкуренція у сфері "інформаційних послуг" в освіті набирає обертів. На цьому тлі відбувається активна реалізація нових підтримуючих навчальних функцій, таких як використання багатомовних інтерактивних субтитрів у відео-лекціях, запуск нових соціальних сервісів, розробка моделей психологічного забезпечення змісту дистанційного навчання та конвергенція освіти, заснованої на інформаційно-комунікаційних технологіях.

Соціальна мережа являє собою складну соціальну структуру, що складається з вузлів, представлених окремими людьми, групами осіб, спільнотами чи організаціями, і зв'язків між цими об'єктами, що відображають різноманітні соціальні взаємодії [8]. У повсякденному розумінні соціальна мережа — це група осіб, об'єднаних спільними інтересами або іншими мотивами спілкування. У ширшому філософському

контексті це уявлення про множину соціальних об'єктів і комплекс взаємозв'язків між ними [29] (рис.1.1).

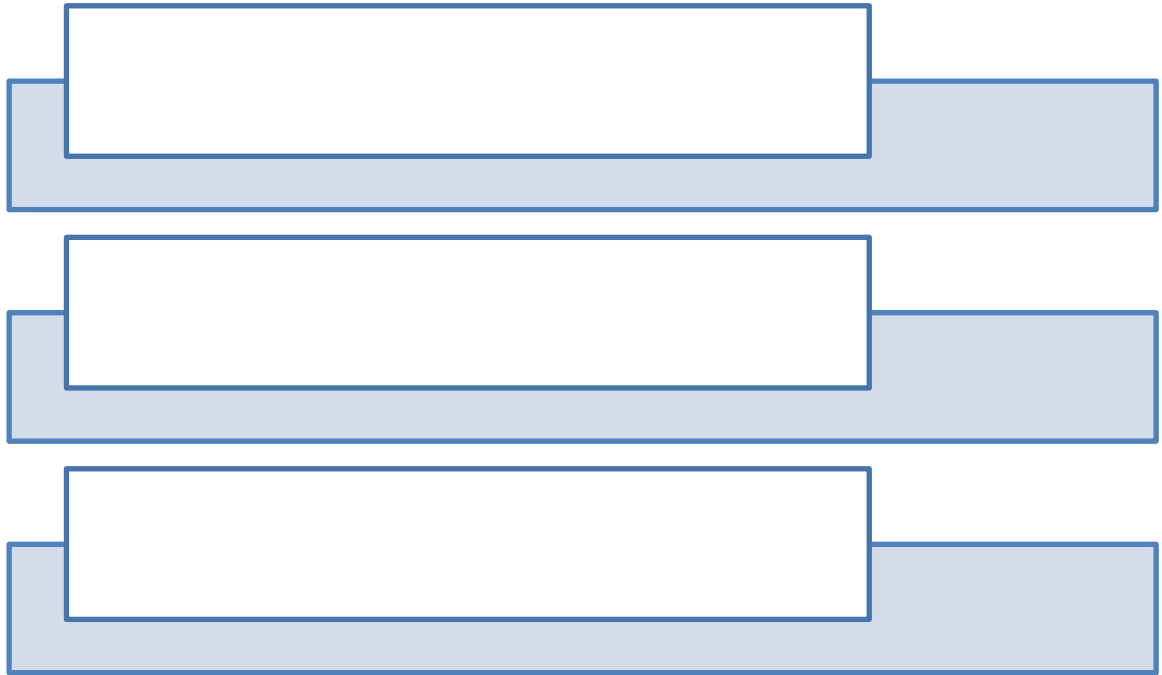


Рис.1.1 Функції веб-сервісу для користувачів

За визначенням О.Д. Патаркіна, соціальні мережі — це платформи для встановлення і підтримки відносин між учасниками [30]. Соціальна Інтернет-мережа, отже, є інтерактивним багатокористувацьким веб-сайтом, який володіє наступними необхідними характеристиками [31]: контент сайту генерується переважно самими користувачами; сайт є автоматизованим середовищем, де користувачі можуть створювати соціальні зв'язки з іншими учасниками або соціальними об'єктами (тематичні групи); користувачі можуть отримувати як статичну, так і динамічну інформацію про інші об'єкти і зв'язки в соціальному середовищі; надаються можливості для спілкування між користувачами і взаємодії з соціальними об'єктами.

Соціальні мережі сьогодні відіграють низку важливих функцій [32]:

Комунікаційна: Учасники мережі здійснюють взаємодію, обмінюючись повідомленнями, новинами та медіа контентом, що сприяє збереженню та підтримці соціальних зв'язків.

Інформаційна: Інформаційний потік у соціальних мережах характеризується двонаправленістю, дозволяючи користувачам бути одночасно і передавачами, і одержувачами інформації.

Соціалізаційна: Мережа сприяє саморозвитку та рефлексії через активне спілкування в групах та серед друзів.

Самоактуалізаційна: Користувачі мають змогу само презентуватися, демонструючи свої досягнення та інтереси.

Ідентифікаційна: Під час створення профілю користувачі діляться особистою інформацією, що дозволяє виконувати пошук за певними критеріями.

Функція формування ідентичності: Відповідно до теорій Фестингера і когнітивного дисонансу, люди схильні порівнювати себе та оцінювати тих, хто схожий на них, що сприяє чіткому формуванню власних поглядів.

Розважальна: Користувачі можуть обмінюватися мультимедійними файлами та користуватися віджетами та міні-іграми, що розширюють можливості відпочинку і розваг в мережі.

Основні характеристики та впливи, що існують у реальних соціальних мережах, включають [34]:

Вираження особистих думок користувачами.

Зміна поглядів під впливом інших учасників мережі.

Різний рівень важливості та впливовості думок окремих користувачів.

Варіативна схильність учасників до зовнішніх впливів.

Існування непрямих впливів через ланцюжок соціальних контактів.

Роль «лідерів думок» у формуванні громадської думки.

Наявність порогу чутливості учасників до змін думок інших.

Угруповання учасників за спільними інтересами або поглядами.

Розрахунок факторів соціальної кореляції.

Вплив зовнішніх чинників та агентів, таких як реклама та маркетинг.

Лавиноподібні ефекти змін у громадській думці.

Вплив структурних особливостей соціальних мереж на динаміку думок.

Можливість формування коаліцій між учасниками.

Ігрова взаємодія та конкуренція між користувачами.

Інформаційне управління в рамках соціальних мереж.

1.2. Аспекти взаємодії сучасної молоді у соціальних мережах

Зростання популярності соціальних мереж в світі почалось у 2003-2004 роках з запуском таких платформ, як LinkedIn, Facebook та MySpace. В Україні цей тренд набув популярності трохи пізніше, проте статистика показує значне зростання кількості користувачів соціальних мереж у всіх вікових групах протягом останніх років. Зокрема, за даними «Яндексу» станом на 2014 рік, в соціальних мережах, таких як «ВКонтакте», «Facebook» та «Twitter», зареєстровано приблизно 40 мільйонів українських акаунтів, серед яких велика кількість користувачів підліткового та юнацького віку.

Проблематика мережевого суспільства детально розглянута у роботах таких вчених, як М. Кастельс, Д. Белл, А. Турен, А. Тоффлер, Дж. Гэлбрейт, Р. Інгельгарт. Вагомий внесок у дослідження соціальних мереж зробили також Дж. Вальтер, Д. Вестерман, Б. Ван Дер Хейден, С. Тонг, Л. Лангвелл, Дж. Кім, Дж. Антоні. Ці дослідження охоплюють широкий спектр питань, від основ використання соціальних мереж до прогнозування їхнього подальшого розвитку. Інші автори, такі як Ю. Д. Бабаєва, О. П. Белінська, А. Є. Войскунський, А. Є. Жичкина, Д. В. Іванов, та багато інших, зосередились на впливі соціальних мереж на особистість користувачів.

Проте, важливо зазначити, що, попри значну кількість досліджень, в сучасній літературі відчувається нестача робіт, присвячених аналізу позитивних і негативних аспектів використання соціальних мереж сучасною молоддю. Ця тема залишається актуальною та потребує подальших досліджень. Сучасна молодь все активніше залучається до соціальних мереж, що характеризується їхньою динамічністю та непередбачуваністю. Ці мережі стають платформою не тільки для спілкування, але й для навчання та дозвілля, що сприяє глибшому зануренню молоді у віртуальний світ. За

останніми дослідженнями, таке тривале та неконтрольоване перебування в інтернеті часто веде до залежностей.

У рамках дослідження «Соціальні мережі – за і проти», проведеного серед студентів перших та других курсів ДПТНЗ «Переяслав-Хмельницький центр професійно-технічної освіти» віком 15-16 років, було опитано 60 студентів. Результати показали, що 78% респондентів позитивно ставляться до соціальних мереж, 18% — нейтрально, і лише 3% — негативно. При цьому 97% опитаних зареєстровані у «ВКонтакте», 53% — у Facebook, 38% — в «Однокласниках», і 32% — у Twitter (Рис.1.2).

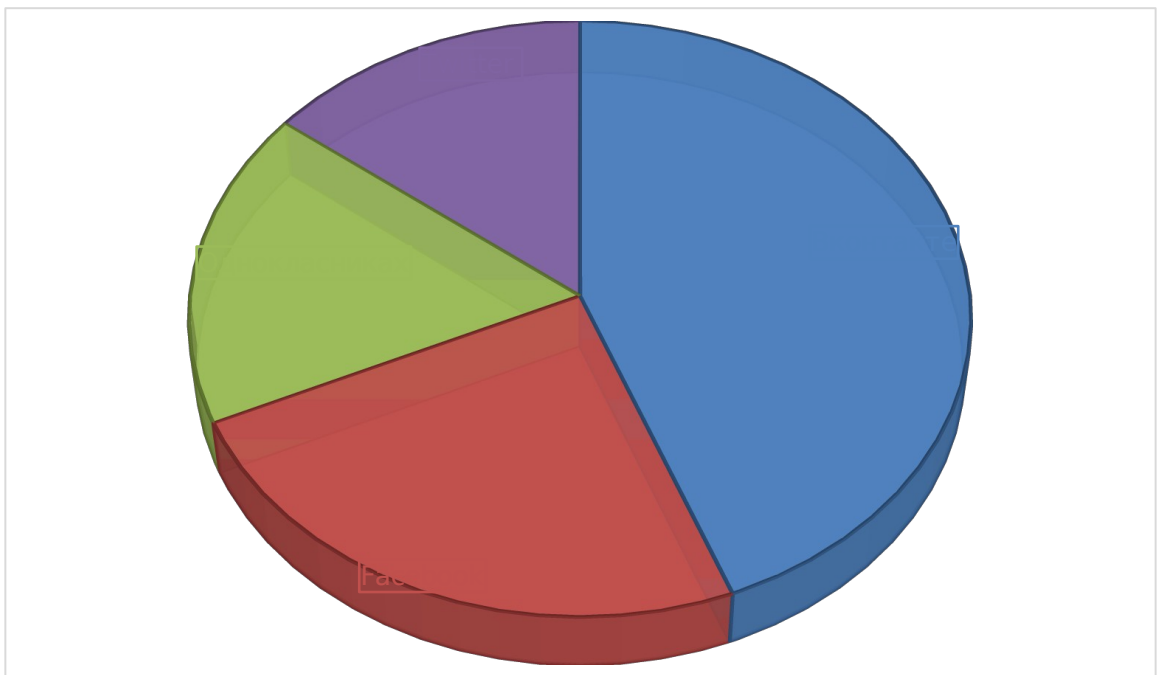


Рис.1.2 Розподіл використання соціальних мереж опитаних респондентів

Основними мотивами для реєстрації в соціальних мережах були: бажання підтримувати зв'язок із друзями (63%), знаходження нових друзів (33%) та участь у онлайн-іграх (3%). Ніхто з респондентів не вказав на навчання як на причину використання соціальних мереж. На запитання «Що для вас є соціальні мережі?», 90% відповіли, що це ефективний засіб спілкування. Відзначається, що онлайн-спілкування хоч і має багато спільного з реальним, проте включає унікальні аспекти, такі як анонімність, невидимість, відсутність гарантій безпеки, можливість створення

«віртуального Я», обмежене сприйняття через відсутність фізичного контакту, складності в прояві емоцій та емоційну невимушеність.

Сучасна молодь з кожним днем все більше приваблюється до соціальних мереж, які характеризуються своєю динамічністю та змінністю. Ці платформи сприяють поглибленню занурення молоді у віртуальний світ, а тривале та безконтрольне перебування в них часто веде до формування різноманітних залежностей. У дослідженні, яке використовувало анкету «Соціальні мережі – за і проти», взяли участь 60 студентів молодшого віку з ДПТНЗ «Переяслав-Хмельницький центр професійно-технічної освіти». Виявилося, що 78% учасників позитивно ставляться до соціальних мереж, 18% — нейтрально, а 3% — негативно. Значна більшість, 97%, зареєстровані у «ВКонтакте», багато також мають профілі в Facebook, і Twitter.

Більшість студентів вказали, що основною причиною реєстрації в соціальних мережах є бажання спілкуватися з уже знайомими друзями, а також знайти нових друзів і розважатися в онлайн-іграх. Ніхто з опитаних не пов'язував своє зацікавлення соціальними мережами з навчальним процесом. На питання "Що для вас є соціальні мережі?", 90% відповіли, що вони є ефективним засобом спілкування. Онлайн-комунікація, хоч і схожа на реальне спілкування, має свої особливості, як-от анонімність, невидимість, відсутність гарантій безпеки, можливість створення "віртуального я", обмежене сенсорне сприйняття, труднощі у вираженні емоцій та емоційна вільність.

47% опитаних студентів зазначили, що їх зацікавила можливість знайомства з новими людьми через соціальні мережі. Позитивні сторони такої взаємодії включають знайомство з людьми з різних міст та країн, а також можливість ознайомлення з культурою інших народів. Процес кіберсоціалізації, який відбувається під впливом використання сучасних інформаційних технологій, сприяє формуванню нових очікувань, інтересів та цінностей, які тісно пов'язані з віртуальним простором. Цей процес може

призвести не тільки до позитивних змін, але і до десоціалізації та деструктивних змін у психіці молоді.

Часто дружба в соціальних мережах виявляється досить формальною. Багато молодих людей, зокрема підлітки, прагнуть збільшити кількість друзів у своїх профілях, іноді досягаючи кількості або навіть кілька тисяч. З такою кількістю контактів реальне спілкування стає неможливим, як і особисте привітання кожного з днем народження. Часто ці так звані друзі насправді є незнайомцями. Також серед підлітків не рідкість створення декількох акаунтів під різними іменами в одній тій же соціальній мережі, що може ускладнювати процес їхньої самоідентифікації.

Слід зазначити, що для сучасної молоді Інтернет та соціальні мережі стають основним джерелом інформації. Згідно з опитуванням, 70% респондентів вказали на це. Масивний потік різноманітної інформації у соціальних мережах часто призводить до інформаційного перевантаження, що виявляється в неможливості людини зосередитися на необхідних завданнях та заняттях, а також у захопленні одноманітною діяльністю. За результатами нашого опитування, 43% респондентів вважають соціальні мережі засобом для витрачання часу, що може свідчити про тенденцію до інформаційного перевантаження або так званого «електронного бродяжництва» — тривалого перебування в інтернеті та соціальних мережах без чіткої мети, де основним задоволенням є сам процес перебування онлайн.

Крім того, соціальні мережі задовольняють потреби у самовираженні та самореалізації. 12% опитаних вказали, що вони цінують соціальні мережі за можливість самовираження. Використання цих платформ дозволяє студентам демонструвати свої погляди, досягнення та креативність, отримуючи при цьому схвальні відгуки і підтримку, що значно підвищує їх самооцінку і стимулює розвиток творчих здібностей. Так, для багатьох користувачів самовираження стає більш важливим, ніж спілкування чи пошук інформації. Соціальні мережі також розширили можливості для реалізації потреби в

самореалізації, надаючи шанс стати відомим без значних фінансових вкладень у рекламу та піар.

Бурхливий потік інформації у соціальних мережах часто веде до інформаційного перенавантаження, що проявляється у втраті здатності концентруватися на потрібних завданнях і сприяє зануренню в монотонну діяльність. Згідно з результатами нашого опитування, 43% респондентів вважають соціальні мережі засобом для прокрастинації, що може свідчити про розвиток в студентів синдрому «цифрового бродягування» — тривалої віртуальної активності без конкретної мети, коли задоволення приносить сам факт перебування в мережі.

На питання про корисність соціальних мереж для навчання, 67% опитаних відповіли, що це доступ до цікавої інформації, 47% цінують можливість пересилання документів, а 50% — допомогу від колег. Проте, 20% не вбачають ніякої користі від соціальних мереж для своєї освіти. Соціальні мережі сприяють розвитку електронної освіти, надаючи студентам з усього світу можливість вільного доступу до онлайн-уроків, лекцій та групових дискусій, що відкриває нові можливості для самостійного навчання.

Крім того, соціальні мережі відіграють ключову роль у задоволенні потреб молоді в самовираженні та самореалізації. 12% опитаних стверджують, що соціальні мережі привабливі для них можливістю демонструвати власні досягнення та творчість, отримуючи при цьому схвалення і підтримку, що значно підвищує їхню самооцінку та сприяє розвитку креативних здібностей. Анкетування також показало, що основною формою дозвілля серед молоді є спілкування з однолітками, друзями та знайомими, особливо важливе для вікової категорії 15-25 років. Проте 68% студентів воліють проводити час з друзями особисто, в той час, як 55% активно комунікують в соціальних мережах. Попри активне використання цифрових технологій, значна частина молоді все ще віддає перевагу традиційним формам дозвілля, таким як читання книг або перегляд телевізійних програм.

Однак, існує проблема недостатності культурного забезпечення для молоді, що пов'язано з низьким рівнем матеріального становища, скороченням культурних закладів та відсутністю чіткої державної політики, спрямованої на залучення молоді до національних та світових культурних цінностей. Серед користувачів соціальних мереж відзначається зростання числа тих, хто відчуває залежність від цього виду комунікації. Згідно з даними опитування, 24% респондентів вважають себе повністю залежними від соціальних мереж, тоді як 28% відчувають часткову залежність. Проте 48% опитаних не відчувають залежності від соціальних мереж. За часом, проведеним в соціальних мережах, 17% респондентів витрачають менше однієї години на день, 33% проводять 2-4 години, 27% - 5-7 годин, а 23% - понад 7 годин щодня. Також, 57% опитаних відвідують соціальні мережі щодня, 23% - кожен другий день, а 17% - від часу до часу.

На питання про можливість видалення свого профілю у соціальній мережі, 33% респондентів відповіли ствердно, але 37% сказали, що не зможуть цього зробити через важливість збереження інформації та контактів. 8% вказали на важливість своєї популярності в мережі, як аргумент проти видалення профілю. Щодо обмеження доступу до соціальних мереж у навчальних закладах, 67% вважають, що обмеження не потрібні, тоді як 27% погоджуються з частковим обмеженням. Лише 7% підтримують ідею повного обмеження доступу в освітніх установах. Відповідаючи на гіпотетичне питання про закриття всіх соціальних мереж, 35% висловили б незадоволення, 38% були б розчаровані, а 27% залишилися би байдужими до такої події.

Крім того, 13% готові продовжити користуватися платними соціальними мережами незалежно від ціни, 32% готові платити, якщо ціни будуть помірними, а 50% не бажають витратити гроші на ці послуги, підкреслюючи, що не вважають це раціональними витратами. На основі зазначених результатів анкетування, можна стверджувати, що понад половина опитаних студентів виявляють залежність від соціальних мереж і

Інтернету. Як спілкування в цих мережах стає важливим, студенти проводять у віртуальному світі все більше часу, що призводить до формування психологічної залежності. Це залежність поступово витісняє інтерес до реального життя, перетворюючи особистість, яка в кінцевому підсумку постійно прагне проводити час онлайн.

Процес розвитку залежності від соціальних мереж починається з банальної реєстрації та підвищення активності: користувач обмінюється повідомленнями, новинами, бере участь в обговореннях на форумах, грає в ігри, долучається до груп за інтересами. Згодом це переростає в патологічну залежність, коли людина вже не уявляє свого життя без відвідування своєї сторінки в мережі. Така залежність часто веде до дезадаптації особистості, коли вона змінює фокус з реального світу на віртуальний, втрачаючи реальних друзів на користь віртуальних. Однак, причини звернення до соціальних мереж часто криються в недостатності реального спілкування, можливості вираження пригнічених емоцій та перевтілення в різні ролі, які в реальному житті залишаються нереалізованими.

1.3. Психологічні чинники популярності соціальних мереж

Останніми роками, завдяки бурхливому розвитку цифрових технологій, соціальні мережі, такі як "ВКонтакте", "Facebook", завоювали величезну популярність. У контексті їх використання часто згадується такий термін, як залежність. На жаль, з кожним роком громадськість стає дедалі залежнішою від інтернету. Перш за все, варто згадати про походження Інтернету як попередника соціальних мереж. Інтернет являє собою глобальну мережу, що зв'язує мільйони комп'ютерів по всьому світу. Його джерела сягають кінця 1960-х років, коли було створено мережу ARPAnet для потреб Міністерства оборони США. Принципи, закладені в основу цієї мережі, виявилися настільки успішними, що безліч інших організацій почали створювати аналогічні мережеві структури. Ці мережі поступово об'єдналися, утворивши єдину мережу зі спільним адресним простором, аналогічно єдиній системі

телефонних номерів в одному місті. З плином часу цю єдину мережу стали називати Інтернетом. До середини 1990-х років Інтернет в основному використовувався для пересилання електронної пошти. Серед інших можливостей були телеконференції через електронні листи, сервери новин для розсилки тематичних новин і файлові сервери, з яких користувачі могли запитувати файли. Однак використовувати ці функції було складно, тому до 1993 року Інтернет переважно знаходив застосування в академічних і наукових колах. Пізніше, зі спрощенням доступу до веб-сторінок, Інтернет почав активно залучати масову аудиторію, стаючи не тільки корисним інструментом, а й життєво важливим ресурсом для багатьох.

Інтернет приваблює людей безліччю можливостей: від реалізації власних фантазій через створення нових віртуальних образів "Я", кіберсекс і рольові ігри, до анонімного спілкування та легкості в пошуку цікавих співрозмовників. Не менш важливий і доступ до необмеженої кількості інформації. Згодом поява Інтернету породила групу людей, які стали надто захоплюватися цим нововведенням. До 1996 року наукова спільнота почала активно обговорювати феномен Інтернет-залежності.

При цьому привабливість Інтернету може бути зумовлена складнощами в налагодженні контактів у повсякденному житті або необхідністю спілкування під час хвороби, коли людина обмежена в пересуванні. Однак залежність від Інтернету може призвести до значних негативних наслідків, включно з фінансовими витратами на різні інтернет-сервіси, втратою інтересу до попередніх захоплень і навіть до соціальної ізоляції від друзів і сім'ї. Проблеми в сімейних стосунках часто виникають через брак уваги до близьких, що може призвести до конфліктів і непорозумінь.

Люди, які страждають від Інтернет-залежності, часто перевантажені інформацією, що викликає в них стрес, занепокоєння і дратівливість. Сімейні конфлікти тільки погіршують психологічний стан залежного. Оптимальним розв'язанням проблеми буде підтримка з боку близьких: любов,

взаєморозуміння і мудрість можуть допомогти залежному поступово повертатися до здорового способу життя і збільшувати час, проведений на природі та в колі сім'ї.

Надмірне захоплення комп'ютером може призвести до проблем не тільки психологічного, а й фізичного характеру. Наприклад, безсонні ночі можуть спричинити хронічну втому й ослаблення імунної системи, а сидячий спосіб життя може призвести до проблем із хребтом. Неправильне освітлення також здатне викликати захворювання очей. Хоча Інтернет-залежність не впливає на фізичне здоров'я так само руйнівно, як алкоголь або наркотики, і не руйнує мозок, вона все ж таки може істотно знижувати працездатність і ефективність функціонування людини в суспільстві. Інтернет створює ілюзію благополуччя і здається безпечним, однак насправді може посилювати соціальну ізоляцію і зменшувати реальну взаємодію з навколишнім світом.

Термін "Інтернет-залежність" був уперше введений в ужиток у 1996 році доктором А. Гольдбергом з Нью-Йорка, який описав цей стан як поведінку зі зниженим рівнем самоконтролю, яка може витіснити нормальні життєві функції. Залежність включає в себе як психологічну залежність від власних дій та емоцій, так і від зовнішніх стимулів. Діагностичні критерії цього розладу аналогічні до критеріїв для інших нехімічних залежностей і мають на увазі, що використання Інтернету може спричиняти дистрес і завдавати шкоди не тільки особистому життю, а й міжособистісним, економічним і соціальним аспектам існування залежного.

Інтернет-залежність привертає увагу дослідників як в Україні, так і за кордоном. Серед міжнародних експертів у цій галузі виділяються К. Янг, Д. Грінфілд і К. Сурратт. У Росії над проблематикою працюють такі вчені, як О.Є. Войскунський, Н.В. Чудова, О.М. Арестова і Л.М. Бабанін, які вивчають різні аспекти залежності, включно з компульсивним використанням Інтернету, залежністю від кіберсексу та кіберстосунків.

Ц.П. Короленко описує залежну поведінку як стан, у якому людина відсторонюється від реальності, змінюючи свій психічний стан і відкладаючи

розв'язання реальних проблем на невизначений термін. На його думку, така поведінка стає дедалі частішою, коли ухилення від реальності починає домінувати у свідомості людини. М. Орзак виділяє низку психологічних і фізичних симптомів, пов'язаних із патологічним використанням комп'ютера. Серед психологічних симптомів - відчуття ейфорії під час використання комп'ютера, неможливість зупинитися, збільшення часу, проведеного в мережі, надання переваги віртуальному спілкуванню над реальним, відчуття порожнечі, депресія і роздратування за відсутності доступу до комп'ютера, а також необхідність приховувати тривалий час, проведений онлайн, від роботодавців і близьких. Також виникають труднощі з роботою або навчанням.

Фізичні симптоми включають оніміння та біль у кистях (синдром карпального тунелю), сухість в очах, головні та спинні болі, нехтування прийомом їжі та особистою гігієною, а також зміни в режимі сну, включно з безсонням. Дослідження Кімберлі Янг вказують на кілька тривожних ознак, які можуть свідчити про розвиток Інтернет-залежності. Це включає часту перевірку електронної пошти, неприборкане бажання проводити час онлайн, збільшення часу, проведеного в мережі, і зростання грошових витрат на онлайн-активності. Основні чинники, що сприяють формуванню цієї залежності, включають легкий доступ до інформації, можливість анонімного і контрольованого спілкування, а також підвищені рівні довіри до віртуального спілкування.

Кімберлі Янг виділяє п'ять основних типів Інтернет-залежності: кіберсексуальна залежність, віртуальні знайомства, нав'язлива потреба в мережі, інформаційне перевантаження та комп'ютерна залежність. Такі залежності часто супроводжуються серйозними особистими та сімейними проблемами, які могли існувати й до залучення в інтернет. Наприклад, проблеми можуть включати нестачу спілкування, сексуальну незадоволеність, розбіжності у вихованні дітей, відсутність підтримки від сім'ї та друзів, а також фінансові складнощі.

Багато залежних від Інтернету людей зазнають труднощів в адаптації до соціального життя, страждають від побутових і міжособистісних проблем, а реальний світ здається їм нудним і повним небезпек. Віртуальний світ стає для них більш комфортним і безпечним місцем, де вони можуть встановлювати свої правила. Залишати такий світ для залежних буває вкрай болісно, супроводжується падінням настрою, зниженням активності та погіршенням загального самопочуття. Зрештою, постійне прагнення до комп'ютера та усвідомлення марності своїх віртуальних занять можуть призвести до відчуття власної непотрібності та ізоляції в суспільстві.

Багато дослідників, включно з Кімберлі Янг, ідентифікують кілька тривожних ознак, які можуть вказувати на розвиток Інтернет-залежності. Серед них — часта перевірка електронної пошти, неприборкане бажання проводити час онлайн, збільшення часу, проведеного в мережі, і зростання грошових витрат на онлайн-діяльність. Залежність від Інтернету часто формується завдяки доступності інформації, можливості контролювати та анонімізувати передану інформацію, а також через встановлені рівні довіри до віртуального спілкування.

Кімберлі Янг визначила п'ять основних типів Інтернет-залежності, включно з кіберсексуальною залежністю, залежністю від віртуальних знайомств, нав'язливою потребою в мережевій присутності, інформаційним перевантаженням і комп'ютерною залежністю. Ці типи залежності часто супроводжуються серйозними особистими та сімейними проблемами. Залежна поведінка зазвичай характеризується прагненням до уникнення реальності через зміну власного психічного стану. Залежні люди часто відкладають розв'язання своїх проблем на невизначене майбутнє, що проявляється в різних формах ухилення від реальності. Проблеми із залежністю стають критичними, коли ухилення від реальності починає домінувати у свідомості людини, що перешкоджає її розвитку та вирішенню важливих життєвих завдань.

Дослідження показало, що студенти проводять в Інтернеті різну кількість часу. Результати такі: 50% учасників користуються Інтернетом від 1 до 2 років, 45% - від 3 до 4 років, і 15% - понад 5 років. Багато студентів почали активно використовувати Інтернет через брак навчальних матеріалів і нових академічних вимог. Попри це, більшість студентів, заходячи в Інтернет, насамперед перевіряють свою пошту, читають коментарі до своїх фотографій і відповідають на них, що часто призводить до тривалих онлайн-бесід з друзями, відсуваючи початкові цілі на другий план.

Більшу частину часу студенти витрачають у соціальних мережах, таких як "ВКонтакте". Багато хто зізнається, що намагається викладати вдалі фотографії, щоб справити гарне враження, але не прагне ідеалізувати свій образ. Результати дослідження також спростували поширену думку про те, що соціальні мережі приваблюють можливість приховати свою справжню особистість. Навпаки, більшість респондентів прагнуть представити себе такими, якими вони є насправді, особливо перед друзями та знайомими з реального життя.

Таким чином, можна зробити висновок, що Інтернет-залежність серед студентів не було виявлено. Для них соціальні мережі слугують лише додатковим засобом спілкування, а не заміною реальних взаємодій.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЗАЛУЧЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

2.1. Психологічні особливості студентського віку як найбільш схильного до впливу соціальних мереж

Освітні процеси завжди залишаються важливими, але часто відійдуть на задній план через психологічні аспекти особистісного розвитку. Одне з ключових суперечностей студентського віку полягає в бажанні молоді визнати власну дорослість без належних можливостей для цього. На початку студентського періоду особливо акцентується на соціальних контактах та осмисленому експериментуванні з власними взаєминами (формування дружніх зв'язків, пошук відносин, вирішення конфліктів). Саме спілкування визначається як ключовий елемент у самоідентифікації та пошуку свого місця у суспільстві. У студентів широке спілкування з однолітками часто визначає їхню прив'язаність до освітнього середовища. Неможливість знайти своє місце у спілкуванні веде до психологічної відчуженості й, нерідко, до виходу з освітнього закладу. Мотивація спілкування включає бажання бути частиною групи, спільну діяльність, і пошук соціального статусу серед однолітків.

Міжособистісні відносини під час студентського віку включають різноманітні аспекти взаємодії, що базуються на принципах рівноправного партнерства та глибокого розуміння. Особистісне спілкування з однолітками виступає важливим чинником розвитку моральних цінностей і самосвідомості, які визначають основу психічного розвитку. Нерідко саме проблеми у спілкуванні стають причиною низької успішності. У пізньому шкільному віці, розв'язування навчальних питань часто веде до поліпшення стосунків з однолітками та підвищення самооцінки. У студентському віці ж, зняття напруги в спілкуванні та розв'язування особистісних проблем може сприяти підвищенню академічної успішності.

Всі вчені, що досліджують психологію студентів, практично одноставні у тому, що спілкування між студентами та їхніми ровесниками є надзвичайно важливим аспектом. Відносини з друзями є основою студентського життя і значною мірою визначають їхню поведінку та активність. Регулярні зустрічі на університетських заняттях часто стають основою для формування спільнот, оскільки молоді люди знаходять спільні інтереси та можливості для розширення кола спілкування.

Для студента важливо не лише мати друзів, але й займати комфортну позицію серед них. Деякі бажать стати лідерами групи, інші — бути популярними та шанованими серед своїх однолітків, а ще для інших — мати впливову позицію в певних компаніях. Однак у всіх випадках це визначає основний мотив їхньої поведінки у колективі. Дослідження показують, що нездатність досягти такого статусу часто стає причиною недисциплінованості та навіть злочинності серед молоді. Це часто супроводжується включенням студентів до різноманітних молодіжних груп.

Процес соціалізації нерозривно пов'язаний зі спілкуванням та діяльністю осіб у реальному житті й в Інтернеті, що відбувається у зв'язку з наростанням впливу цього середовища на нове покоління. Кожен може отримати індивідуальний громадський досвід з подібних ситуацій, як позитивних, так і негативних. Соціалізація студента включає два аспекти: особистісний та громадський. Останній прямо пов'язаний з формуванням мотиваційних потреб особистості. Таким чином, специфіка соціалізації в цей період історії має значний вплив на формування та розвиток молодіжної ідентичності.

Т.Осипова вказує на такі особливості соціалізації сучасного студента: Студентам складно встановлювати цінності, які б допомагали їм легше вписатися у суспільні відносини. Це пов'язано зі зміною соціально-економічних умов і, як результат, зниженням впливу сім'ї на формування довгострокових цінностей у дітей.

Студенти не поспішають будувати глибокі та довірчі стосунки з ровесниками, вони віддають перевагу простим і необов'язковим контактам. Однак потреба у глибокому та індивідуальному спілкуванні залишається, і цей аспект не задовольняється. Студенти бажають не лише отримувати освітній досвід у вищому навчальному закладі, але й набувати життєвий досвід, який допоможе їм бути більш результативними у суспільній сфері у майбутньому. Однак ця потреба часто залишається невдоволеною через різноманітні причини.

Інтернет-технології створюють передумови для того, щоб молоде покоління стало суспільно активним швидше, ніж попередні покоління. Інтернет вважається сучасним засобом роботи та спілкування, і через нього можна брати участь у різних аспектах суспільного життя. Використання комп'ютера формує риси активної особистості разом зі здатністю до прогнозування, планування та управління.

Вплив інформаційних технологій на формування особистості може бути як позитивним, так і негативним. Інтернет-залежність може викликати негативні зміни в особистості, однак в той же час він дозволяє удосконалювати особисті навички та мотивацію. Інтернет також створює умови для покращення індивідуального спілкування на особистому рівні. Хоча комп'ютерна робота може впливати на інтелектуальні та професійні здібності, вона може обмежувати міжособистісні взаємодії та справжні соціальні контакти. Занадто велика залежність від комп'ютера може призвести до спрощення концепцій взаємин між студентами, обмежуючи їхні соціальні навички та активність у спілкуванні.

Студенти менше осведомлені про всі аспекти міжособистісних взаємин та здатні цінувати лише те, що є розумним та застосовним з погляду інтелектуальних процедур, що не завжди сприймається позитивно у контексті міжособистісних стосунків. Невизначеність компонентів емоційно-сенсорної сфери в їх сприйнятті свідчить про низький рівень занурення в цю область та деградацію її регуляторної функції. У сучасних організаціях

значення чуттєво-сприймаючого елемента зменшується через обмеження міжособистісних взаємодій, що є передумовою для отримання життєвого досвіду у студентському віці.

Характеристики досвідчених користувачів комп'ютерних технологій впливають на їх формування та уявлення про суспільні та нормативні взаємовідносини. Наприклад, змінюється значущість гендера у соціалізації та міжособистісному спілкуванні. Досвідчені користувачі комп'ютерів зазвичай оцінюють інших з погляду конструктивної продуктивності та цінностей, що проявляються у їхній сприйнятливості до оцінки інших як активних осіб.

Інтернет-взаємодія має свої особливості: Усі форми спілкування через Інтернет мають анонімний характер, що може мати кілька наслідків. Невербальна комунікація втрачає своє значення в інтернет-спілкуванні, що призводить до складнощів у виявленні та вираженні емоцій. Термін "Інтернет-мешканці" характеризується людьми з нереалістичною самооцінкою, які можуть відчувати віддаленість від інших та мати проблеми у встановленні близьких стосунків через перебільшені оцінки власної самостійності.

Інтернет має велике значення для молодих людей, які можуть відчувати себе відчуженими у реальному житті. Це може призводити до почуття самотності та неприйнятності, особливо під час міжособистісного спілкування в Інтернеті. Поглиблене використання Інтернету може призвести до недоліків у соціальних навичках міжособистісного спілкування, таких як відсутність вміння перепрошувати або висловлювати співчуття, а також складнощі у досягненні консенсусу та формуванні єдиної позиції. У віртуальних групах з інтернет-залежністю можуть висловлювати думки, що суперечать іншим, знаходячись поза зонами конфронтації чи осуду, оскільки вони відчують меншу доступність та анонімність. Але це може призвести до складнощів у реальних міжособистісних відносинах і, кінець кінцем, до інтернет-залежності.

Також використання Інтернету може відбуватися для отримання соціальної підтримки, сексуального задоволення або вираження себе через віртуальну ідентичність. Ці причини можуть посилювати відчуття відособленості та сприяти формуванню інтернет-залежності, особливо серед людей з нестійкими міжособистісними взаєминами або нестійкими сімейними зв'язками.

Отже, розвиток Інтернет-залежності може призвести до відчуття відособленості та стимулювати використання Інтернету як альтернативного середовища для задоволення соціальних потреб.

2.2. Діагностика психологічних чинників залучення студентів до соціальних мереж

Соціальні мережі в сучасному світі стали не лише популярними майданчиками для спілкування та обміну інформацією, але й важливими факторами в психологічному житті студентів. Діагностика психологічних чинників, що залучають студентів до соціальних мереж, стає актуальною задачею у контексті їхнього впливу на психічний стан, поведінку та соціальні взаємодії. Один з ключових психологічних чинників — це потреба в приналежності. Соціальні мережі надають можливість студентам відчувати себе частиною спільноти, знаходячи однодумців та подібно налаштованих осіб. Це може бути особливо важливо для тих, хто відчуває відчуженість у реальному житті або шукає підтримку та розуміння. Інший чинник - це можливість самовираження. Студенти використовують соціальні мережі для вираження своїх думок, ідей та емоцій через публікації, коментарі та спілкування з іншими користувачами. Це дозволяє їм відчувати себе більш самовпевненими та здатними впливати на своє оточення.

Розвиток медіаграмотності може впливати на те, як студенти сприймають і використовують соціальні мережі, і стати одним із факторів, що залучає їх до активної участі у цьому онлайн-середовищі. Реклама та маркетинг також грають важливу роль у залученні студентів до соціальних

мереж. Рекламні повідомлення можуть стимулювати їхні покупки, рішення та взаємодії з брендами та компаніями. Нарешті, не можна оминати психологічні наслідки використання соціальних мереж. Зловживання або надмірне використання може призвести до залежності, стресу, депресії та інших психічних проблем.

Дане дослідження спрямоване на вивчення психологічних чинників, які призводять до залучення студентів до соціальних мереж.

Основними **завдання** дослідження стали:

1. визначити основні мотиви, що підштовхують студентів до активного використання соціальних мереж;
2. вивчити вплив соціальних мереж на психічний стан та емоційний фон студентів;
3. оцінити роль соціальних мереж у формуванні соціальних взаємин серед студентської громади;
4. дослідити специфіку використання соціальних мереж як засобу самовираження та самопрезентації студентами;
5. визначити можливі психологічні наслідки використання соціальних мереж, такі як залежність, стрес, депресія тощо.

Об'єкт дослідження стали психологічні чинники, що залучають студентів до активного використання соціальних мереж.

Натомість **предметом** дослідження став вплив соціальних мереж на психічний стан, емоційний фон, соціальні взаємини та поведінку студентів.

Висунення гіпотез: Під час проведення діагностичного дослідження ми припустили, що: Студенти використовують соціальні мережі головним чином для задоволення потреби в соціальному спілкуванні та визначення власної ідентичності. Соціальні мережі впливають на самопрезентацію та сприйняття власної особистості, що може мати важливе значення для формування самооцінки та самовпевненості. Під студентами ми розуміємо на увазі соціально – демографічну групу людей, що виділяється на основі вікових характеристик, і рівня освіти, а саме студенти першого курсу.

Media – сукупність інформаційних прийомів і коштів, службовців передачі повідомлення конкретному споживачеві (музична композиція, друкований текст тощо) у тій чи іншій формі. Зазвичай цей термін не вживають самостійно, а служить він частиною складно утвореного слова (медіареклама медіамаркетинг, медіаплан, мас-медіа, медіапланування) яке є його окремим варіантом.

Медіаграмотність – це навички та вміння, які дозволяють людям аналізувати, оцінювати та створювати повідомлення у різних видах медіа, формах та жанрах. Основу медіаграмотності представляє модель, в якій люди ставлять питання про те, що вони бачать, читають та дивляться.

Медіатекст є конкретним результатом медіапродукції – повідомлення у будь-якому жанрі та вигляді медіа. Це поняття широко вживається в медіакритиці, медійній психології та в медіаутворенні.

У дослідженні брали участь 46 респондентів, важливо зауважити, що вибірка складалася з студентів факультету управління персоналом, соціології та психології Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, з яких 40% – чоловіки, 60% – жінки. Вік респондентів – від 17 до 19 років. Слід зауважити, що студенти 1-2 курсу, є типовими представниками молоді, провідною діяльністю яких є навчання. Вказана соціальна ситуація розвитку провокує пересичення емоційними реакціями, є велика потреба у спілкуванні з однолітками, а також у повазі. Більшість респондентів навчаються «задовільно» і «добре» (табл.2.1).

Таблиця 2.1

Віковий склад респондентів

Вік	Частка студентів 1 курсу (чол.)	Частка студентів 2 курсу (чол.)
17 років	7	7
18 років	8	7
19 років	9	8
Разом	24	22

Важливо зауважити, що дослідження було проведено у 3 етапи. На першому етапі студентам була надана авторська анкета для того, щоб вивчити рівень грамотності у питаннях інформаційно-психологічних загроз у мережі Інтернет, а також для виявлення тих загроз, з якими вже зіткнулися респонденти та їхні дії щодо нейтралізації загрози.

Анкета була розміщена в соціальних мережах, а в деяких випадках було розсилання електронною поштою. Анкетоване опитування проведено через глобальну мережу Internet, використовуючи неформальну групу студентів факультету управління персоналом, соціології та психології Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, в соціальній мережі Telegram. Для початку ми виявили, наскільки часто студенти контактують з різними видами медіа. Це дасть нам зрозуміти ступінь залучення до медіакультури, і яким видам медіа вони віддають перевагу. Кожному студенту потрібно було вибрати, наскільки часто він звертається до різних видів медіа (Інтернет, телебачення, онлайн-ігри, друковані видання). Результати дослідження показали, що 96% опитаних користуються інтернетом щодня. Якщо ж говорити про перегляд телевізора, то лише 18% опитаних дивляться його щодня, більшість стверджують, що дивляться його кілька разів на тиждень. Друкарські видання не користуються популярністю, лише 20% читають їх щодня, але такий самий відсоток стверджує, що читає їх кілька разів на тиждень. На питання від того, наскільки часто ви граєте в комп'ютерні ігри онлайн, майже 40% опитаних відповіли що кілька разів на місяць. І лише 23% грають в ігри щодня (рис.2.1).

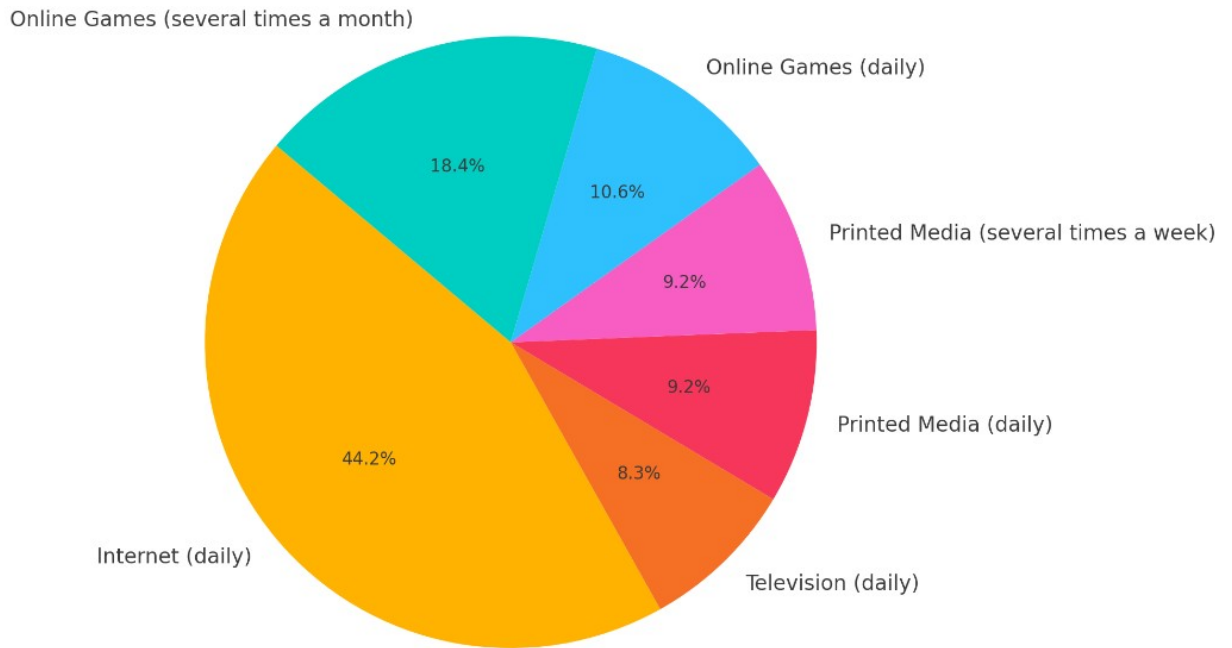


Рис.2.1 Розподіл результатів анкетування респондентів

Звідси можна дійти невтішного висновку, що молодь отримує інформацію переважно за допомогою інтернету. З огляду на це нам важливо визначити, які соціальні мережі мають найбільшу популярність і звідки респонденти більшою мірою відстежують інформацію ЗМІ (рис. 2.2).

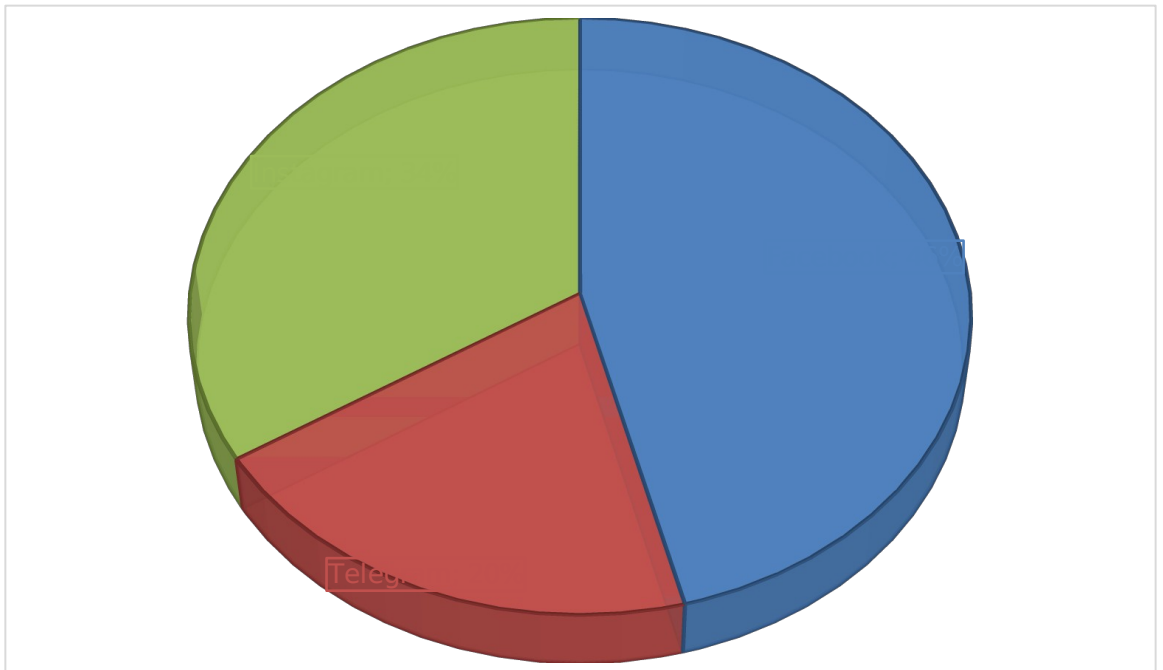


Рис.2.2 Найбільш популярні соціальні мережі для відстеження інформації, за результатами анкетування

На діаграмі ми бачимо, що соціальна мережа Facebook має найбільшу популярність, на другому місці стоїть Instagram і на третьому Telegram. Далі ми запропонували досліджуваним список жанрів, з яких потрібно вибрати ті, які вони віддають перевагу. Знаючи жанрову спрямованість, ми можемо припустити причини та мотиви контактів із медіа. Результати були такі (рис. 2.3).

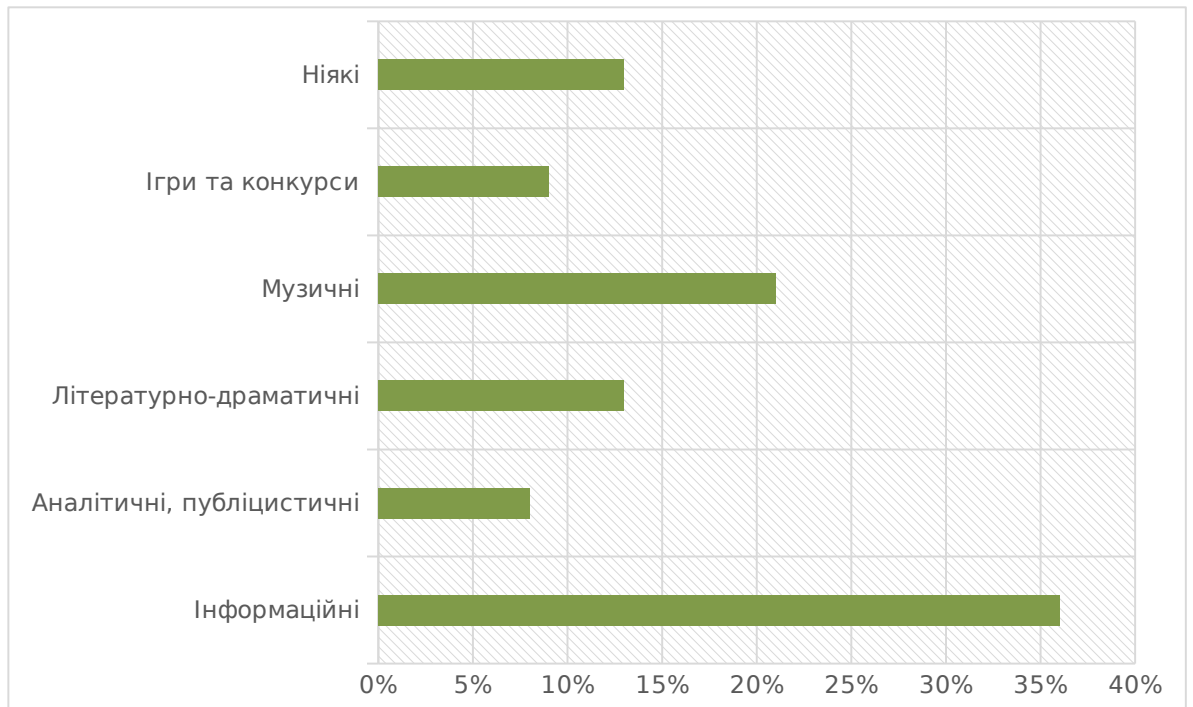


Рис 2.2. Найбільш популярні жанри в аудиторії, за результатами анкетування

Як бачимо, інформаційний жанр перебуває у першому місці, має 36% . На другій позиції знаходяться музичні уподобання. Літературно-драматичний жанр складає 14% відсотків і знаходиться на третьому місці. На цьому ж місці знаходиться варіант «ніякі». З цього можна припустити, що основними мотивами використання медіа є отримання інформації та музичні уподобання. Щоб підтвердити чи спростувати це припущення, подивимося на результати опитування. Ось що відповіли респонденти на запитання про причини та мотиви контактів із медіа (рис.2.4).

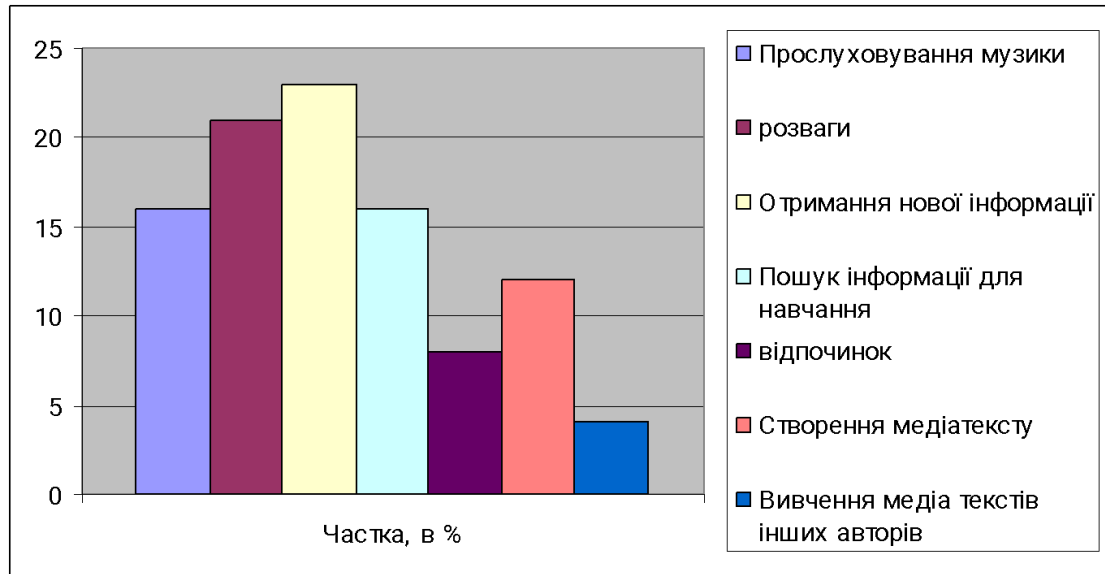


Рис. 2.3. Основні причини та мотиви контактів з медіа за словами респондентів

З огляду на все вище зазначене, результати анкетування такі, що основна причина контактів із медіа – це отримання нової інформації, а лише потім для розваги та прослуховування музики. З цього ми бачимо варіанти відповідей з використанням терміну медіатекст. Вони тут досить невисокі. Пов'язано це, перш за все, з розумінням того, що означає це визначення. Повернемося до терміну медіатексту. На питання про те, що, на їхню думку, означає це визначення, лише 40% опитаних дали правильний результат. Також їм було поставлено питання про розуміння іншого терміну – медіаграмотність. Тут правильну відповідь дали 47% респондентів. За цими результатами можна дійти невтішного висновку про низькі показники володіння термінологією що з поняттям медіаграмотність. Також одне з важливих питань – це вміння аналізувати отриману інформацію, та вміти визначати її вірогідність. Низка питань була присвячена цьому. Одне з питань звучало так «Чи траплялися з вами ситуації, коли інформація, що отримується з різних медіа, викликала у вас сумнів?». (рис 2.5).

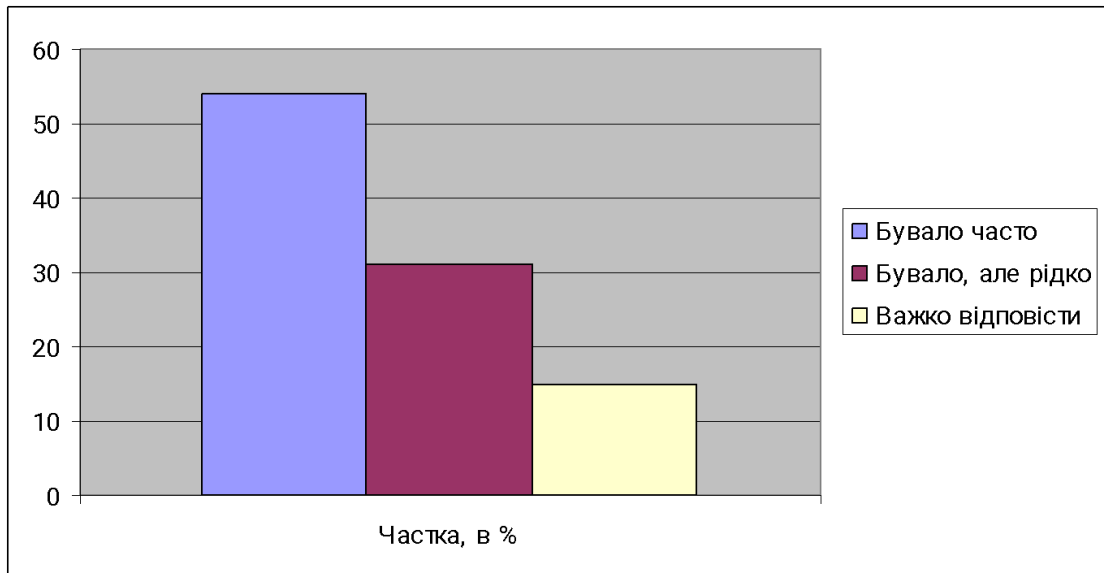


Рис. 2.5. Недовіра інформації з різних медіа

Більша частина опитаних студентів стверджують, що досить часто стикаються з тим, що інформація, що отримується з медіа, не викликає у них довіри. Наступне питання полягало стосовно того, що респонденти роблять, якщо інформація, продукована медіазасобами викликає у них сумніви – 69% опитаних відповіли, що шукатимуть потрібну інформацію в Інтернеті. Близько 16% стверджують, що точної інформації шукати не будуть, інші уточнять інформацію у родичів та друзів (рис.2.6).

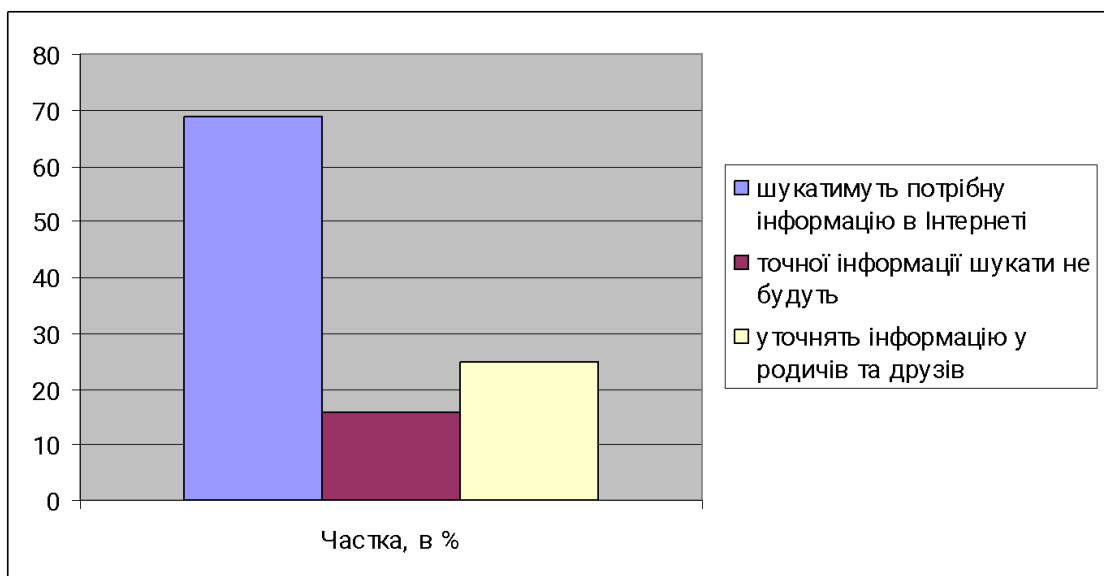


Рис. 2.6. Дії, якщо інформація викликає сумніви

Наступне питання звучало так «Чи траплялося таке, що Ваша думка про людину чи подію, кардинально змінювалася, після отримання інформації про неї в ЗМІ?» (рис.2.7).

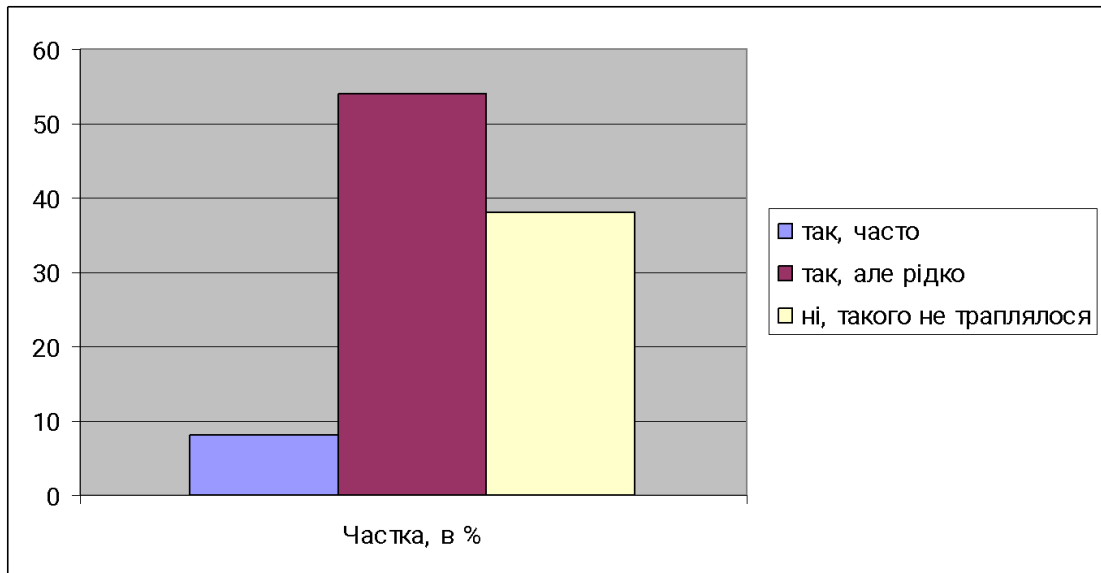


Рис.2.7. Зміна думки після отримання інформації у ЗМІ

Описані дані вказані на те, чи ЗМІ впливає на думку молодого покоління. І тут ми бачимо, що 54% опитаних свідчать, що це траплялося досить рідко, 38% стверджують, що цього ніколи не траплялося. На питання про те, «Які ваші звичайні дії, якщо зустрінете в Інтернеті, ЗМІ інформацію, яка суперечить вашим переконанням?» близько 80% відповіли, що ніяк не реагують, близько 15% обговорюють це з друзями, і лише малий відсоток хотів би залишити коментар, але боїться можливих наслідків (рис.2.8).

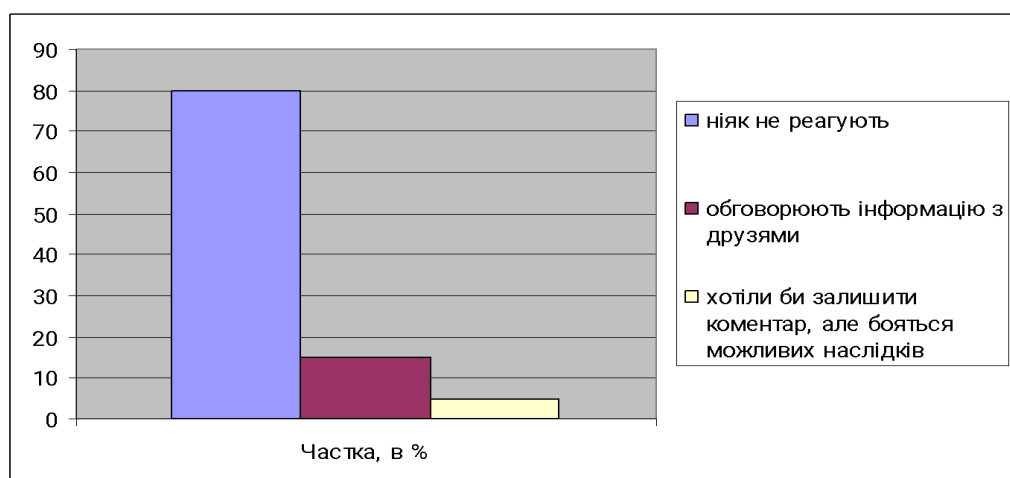


Рис.2.8 Зміна думки після отримання інформації у ЗМІ

Важливим аспектом анкетування, було визначення психологічних чинників, що впливали на залучення студентів до використання соціальних мереж. Для узагальнення отриманих даних, нами було створення та сформована таблиця 2.2

Таблиця 2.2.

Психологічні чинники залучення студентів до соціальних мереж

Психологічний чинник	Відсоток (%)
Спілкування з друзями	27
Потреба в самовираженні	16
Потреба в інформації	17
Вплив групової думки	10
Можливість вираження себе	10
Спільна діяльність та інтереси	10
Потреба в підтримці та підтримці	5
Інші	5

Аналізуючи дані таблиці 2.2, можна зауважити, що психологічних чинників залучення студентів до соціальних мереж, можна помітити деякі ключові тенденції, а саме: Здійснення спілкування з друзями є найважливішим психологічним чинником, що залучає студентів до соціальних мереж. Це свідчить про значущість взаємодії та соціальних зв'язків для цільової аудиторії. За таблицею 2.2 видно, що студенти також використовують соціальні мережі для самовираження та задоволення потреби в інформації. Це може включати публікацію власних думок, фотографій, відео, а також отримання актуальної інформації про події, новини та інші аспекти. Вплив групової думки та можливість спільної діяльності та спільних інтересів також мають своє місце серед психологічних чинників. Це може включати участь у групових діалогах, дебатах, спільних заходах або групових проєктах. І, нарешті, таблиця 2.2 вказує на те, що певна частина студентів використовує соціальні мережі для отримання підтримки та підтримки в різних аспектах їхнього життя. Загальною тенденцією є те, що соціальні мережі відіграють важливу роль у задоволенні різноманітних психологічних потреб студентів, від соціального спілкування до самовираження та підтримки (рис.2.9).

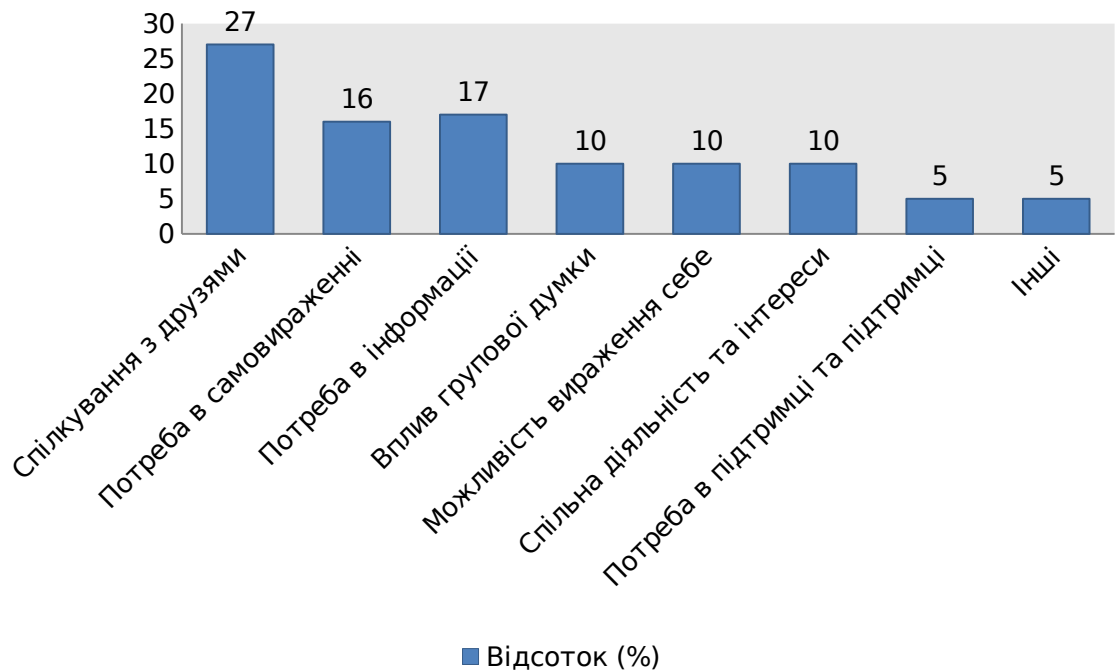


Рис. 2.9. Психологічні чинники залучення студентів до соціальних мереж

Є певні показники того, що більшість студентів не завжди готові реагувати на інформацію, яка суперечить їхнім переконанням, або змінювати свою думку під впливом ЗМІ. Важливою є також здатність молодих людей захищати себе в інтернеті, особливо щодо безпеки особистих даних та комп'ютерної безпеки. Хоча багато студентів мають певний рівень медіаграмотності, є необхідність в постійному розвитку цих навичок серед молодого покоління. Таким чином, важливо підтримувати та розвивати медіаграмотність серед молоді, щоб вони могли ефективно користуватися медіа та захищати себе в цифровому середовищі.

Для отримання більш правдивих результатів, ми розділили респондентів на 2 дослідницькі групи, а саме кожна група налічувала по 23 респонденти. Важливо зауважити, що групи були: контрольна група (КГ) та експериментальна група (ЕГ). В обох групах проводилася діагностика такими

методиками: особовий опитувальник Г. Айзенка EPQ; шкала тривоги Спілбергера у адаптації Ю.Л. Ханіна; шкала інтернет-залежності Чена; тест комунікативних умінь Л. Міхельсон.

Рівень психологічної безпеки студентської молоді встановили, проаналізувавши значущість інформаційно-психологічних загроз, з якими зіткнулися студенти в мережі Інтернет за допомогою опитувальника. До переліку загроз були включені: вірус, крадіжка інформації, коштів, психологічно небезпечний матеріал, цькування, сексуальні домагання, також був варіант відповіді «не стикалися з жодною загрозою».

Особистісний опитувальник Г. Айзенка EPQ складається з 90 питань (за шкалою нейротизму -23, за шкалою екстра-інтроверсії -21, за шкалою психотизму – 25, за «шкалою брехні» – 21). Однак зазвичай використовують варіант, що складається зі 101 питання (з них 11 питань - «буферні», відповіді на які не враховуються). Методика містить 4 шкали: екстраверсії — інтроверсії, нейротизму, психотизму та специфічну шкалу, призначену для оцінки щирості досліджуваного, його ставлення до обстеження.

На основі даних дослідження методики Г. Айзенка (EPQ) на 46 студентах факультету управління персоналом, соціології та психології Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, можна представити наступні результати. Загальна кількість респондентів складала 46 студентів, з яких 40% чоловіків (18 осіб) та 60% жінок (28 осіб). Вік респондентів становив від 17 до 19 років, і всі вони навчалися на 1-2 курсах. Студенти були розподілені на контрольну групу (КГ) та експериментальну групу (ЕГ) порівну, по 23 особи в кожній.

Для шкали екстраверсії — інтроверсії в КГ 60% респондентів (14 осіб) виявилися екстравертами, а 40% (9 осіб) — інтровертами. В ЕГ 70% респондентів (16 осіб) були екстравертами, тоді як 30% (7 осіб) — інтровертами. Для шкали нейротизму в КГ 55% студентів (13 осіб) мали високий рівень нейротизму, а 45% (10 осіб) — низький. В ЕГ ці показники були рівномірно розподілені — по 50% (12 і 11 осіб відповідно) для високого

і низького рівня нейротизму. Для шкали психотизму в КГ 30% респондентів (7 осіб) мали високий рівень психотизму, тоді як 70% (16 осіб) мали низький рівень. В ЕГ 25% (6 осіб) мали високий рівень психотизму, тоді як 75% (17 осіб) мали низький рівень. Для шкали щирості в КГ 65% студентів (15 осіб) показали високий рівень щирості, а 35% (8 осіб) — низький. В ЕГ 60% респондентів (14 осіб) мали високий рівень щирості, тоді як 40% (9 осіб) мали низький рівень (табл.2.3).

Таблиця 2.3

Результати застосування методики Г. Айзенка (EPQ)

№	Показники	КГ	ЕГ
1	Екстраверти	60% (14)	70% (16)
2	Інтроверти	40% (9)	30% (7)
3	Високий нейротизм	55% (13)	50% (12)
4	Низький нейротизм	45% (10)	50% (11)
5	Високий психотизм	30% (7)	25% (6)
6	Низький психотизм	70% (16)	75% (17)
7	Висока щирість	65% (15)	60% (14)
8	Низька щирість	35% (8)	40% (9)

Загальні результати показують, що студенти ЕГ демонструють вищий рівень екстраверсії та щирості порівняно з КГ. Рівень нейротизму в ЕГ є більш рівномірно розподіленим, тоді як у КГ спостерігається невелике переважання високого рівня нейротизму. Обидві групи мають низький рівень психотизму, що є позитивним показником психологічного здоров'я студентів. Рекомендується провести подальші дослідження з більшою вибіркою для підтвердження отриманих результатів, а також враховувати особливості екстраверсії та нейротизму при розробці освітніх програм і психологічної підтримки студентів.

Методика оцінки тривожності Ч.Д. Спілбергера та Ю.Л. Ханіна. Шкала тривоги Спілбергера (State-Trait Anxiety Inventory – STAI) є інформативним способом самооцінки рівня тривожності наразі (реактивна тривожність як стан) та особистісної тривожності (як стійка характеристика людини). Розроблений Ч.Д.Спілбергером та адаптований Ю.Л.Ханіним.

Методика складається з 40 питань: 20 питань націлені визначення ситуативної тривожності, 20 питань – особистісної тривожності. Можна вибрати 1 з 4 варіантів відповіді: «ніколи», «майже ніколи», «часто», «майже завжди».

Результати дослідження показали наступне розподілення тривожності. В контрольній групі середній рівень ситуативної тривожності становив 42%, що відповідає 10 студентам (4 чоловіки та 6 жінок) з високим рівнем ситуативної тривожності, та 58%, або 13 студентів (5 чоловіків та 8 жінок), з низьким рівнем ситуативної тривожності. Щодо особистісної тривожності, високий рівень був зафіксований у 39%, або 9 студентів (4 чоловіки та 5 жінок), а низький рівень у 61%, або 14 студентів (5 чоловіків та 9 жінок).

В експериментальній групі середній рівень ситуативної тривожності склав 35%, що відповідає 8 студентам (3 чоловіки та 5 жінок) з високим рівнем ситуативної тривожності, та 65%, або 15 студентів (6 чоловіків та 9 жінок), з низьким рівнем ситуативної тривожності. Високий рівень особистісної тривожності був зафіксований у 31%, або 7 студентів (3 чоловіки та 4 жінки), а низький рівень у 69%, або 16 студентів (6 чоловіків та 10 жінок) (рис.2.10).

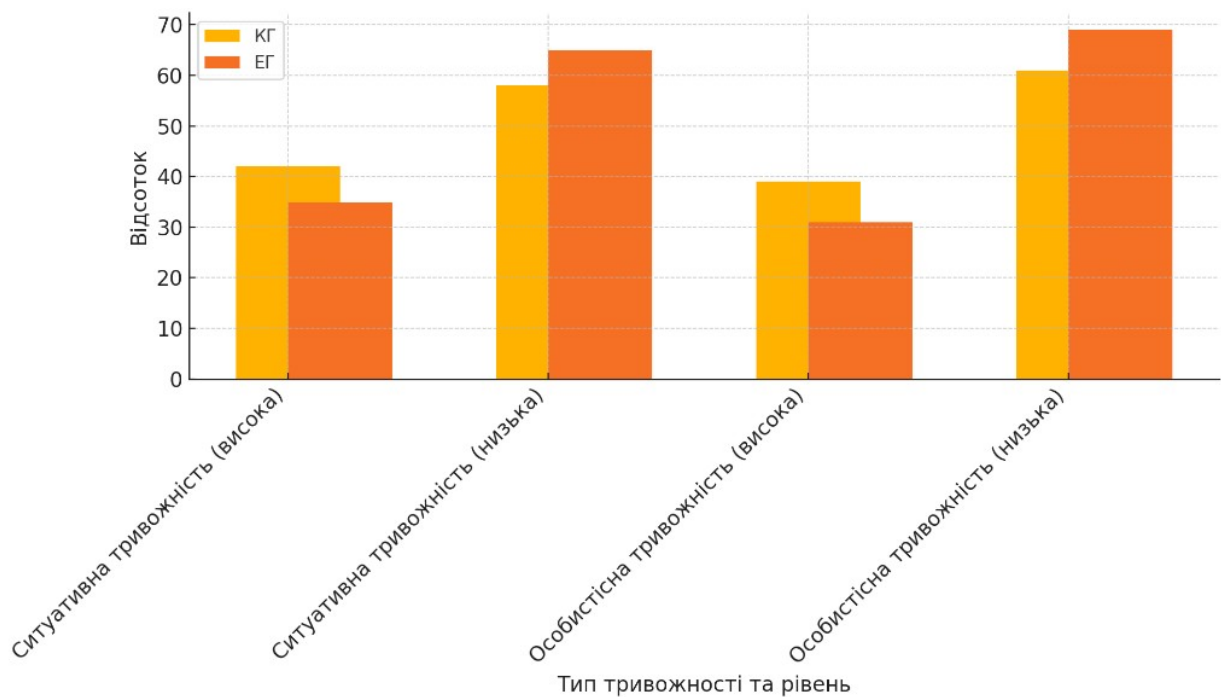


Рис.2.10 Результати застосування методики оцінки тривожності Ч.Д.

Спілбергера та Ю.Л. Ханіна

Ці дані свідчать про те, що в контрольній групі показники тривожності дещо вищі порівняно з експериментальною групою, що може свідчити про ефективність застосованої методики зниження рівня тривожності в експериментальній групі.

Шкала Інтернет-залежності Чена. За діагностичними критеріями аналіз інтернет-залежності Чена ближчий до тих популярних 6 діагностичних складових, універсальних для всіх варіантів адикцій: надцінність, зміна настрою, зростання толерантності, ознаки скасування, конфлікт з оточуючими й самим собою, рецидив. Аналіз дає можливість одночасно визначати характерні ознаки залежності серед яких: толерантність, симптом скасування, компульсивності й водночас ще й винятково психічні нюанси такі як: вміння керувати своїм часом та наявність внутрішньо-особистих проблем.

Шкала компульсивних симптомів: У контрольній групі (КГ) 20% (5 осіб) студентів мали високий рівень компульсивних симптомів, тоді як в експериментальній групі (ЕГ) цей показник становив 30% (7 осіб). Шкала ознак скасування: У КГ 25% (6 осіб) студентів демонстрували ознаки скасування, тоді як у ЕГ цей показник склав 35% (8 осіб). Шкала толерантності: Високий рівень толерантності був зафіксований у 15% (4 особи) студентів КГ та у 25% (6 осіб) студентів ЕГ. Шкала внутрішньоособистісних труднощів та питань, пов'язаних зі здоров'ям: У КГ 30% (7 осіб) студентів мали значні внутрішньоособистісні труднощі, тоді як у ЕГ цей показник склав 40% (9 осіб). Шкала управління часом: Проблеми з управлінням часом були виявлені у 35% (8 осіб) студентів КГ та у 45% (10 осіб) студентів ЕГ. Загальні результати дослідження свідчать про те, що інтернет-залежність є поширеною серед студентів 1-2 курсу, причому більш високі показники спостерігаються в експериментальній групі. Це може

свідчити про необхідність проведення додаткових заходів для попередження та корекції інтернет-залежності серед молоді (рис. 2.11).

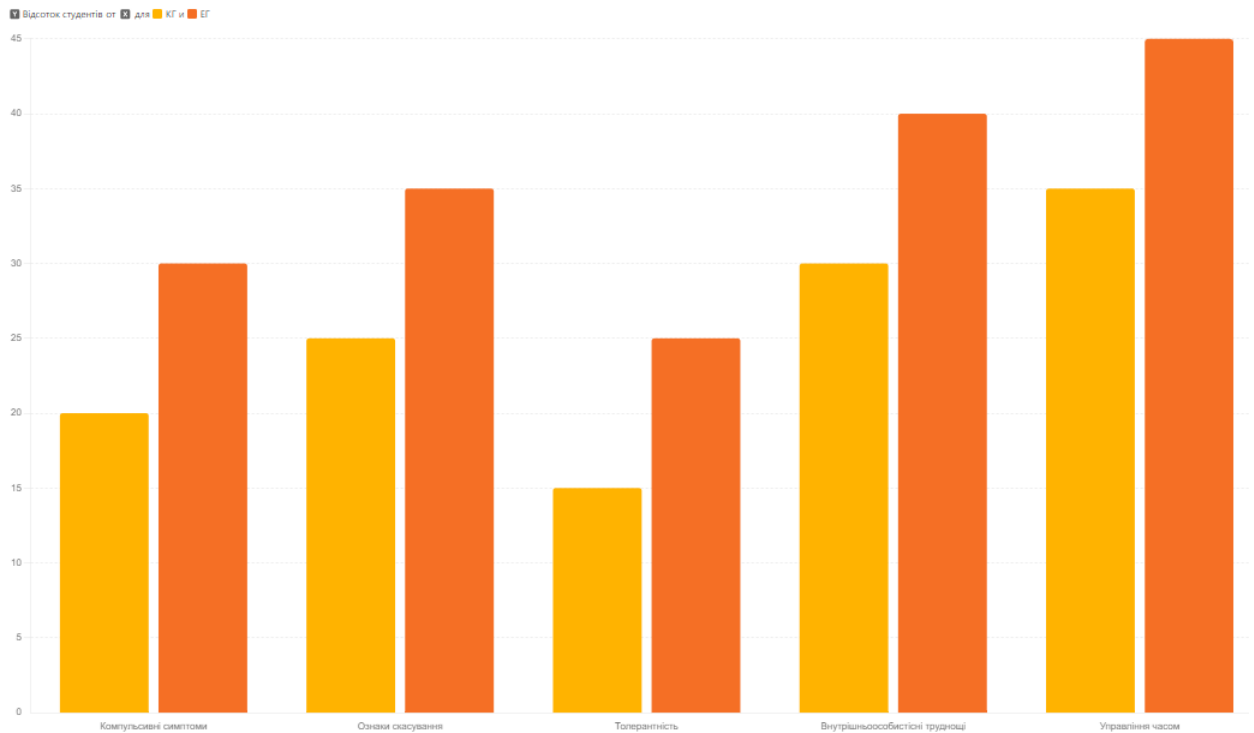


Рис.2.11 Рівень інтернет-залежності серед досліджуваних студентів

Результати дослідження показали, що інтернет-залежність поширена серед студентів факультету управління персоналом, соціології та психології. У контрольній групі високий рівень компульсивних симптомів спостерігався у 20% студентів, ознаки скасування у 25%, толерантність у 15%, внутрішньоособистісні труднощі у 30%, а проблеми з управлінням часом у 35%. В експериментальній групі ці показники були вищими: компульсивні симптоми – 30%, ознаки скасування – 35%, толерантність – 25%, внутрішньоособистісні труднощі – 40% та проблеми з управлінням часом – 45%. Це вказує на необхідність додаткових заходів для попередження та корекції інтернет-залежності серед молоді.

Тест комунікативних умінь Л. Міхельсона. Цей тест являє собою варіант тесту досягнень, тобто створений відповідно до типу завдання, у якого існує правильна відповідь. В результаті тестування було визначено, що в контрольній групі правильні відповіді склали 55%, а в експериментальній групі – 70%. Неправильні відповіді поділялися на залежні (знизу) та

агресивні (зверху). У контрольній групі залежні відповіді склали 25%, а агресивні – 20%. В експериментальній групі залежні відповіді склали 15%, а агресивні – 15%. Розглядаючи конкретні типи ситуацій, у контрольній групі на позитивні висловлювання партнера правильно реагували 60% респондентів, на негативні висловлювання – 50%, на прохання – 55%, у ситуаціях розмови – 50%, а у ситуаціях, що потребують емпатії – 60%. У експериментальній групі правильні відповіді на позитивні висловлювання партнера склали 75%, на негативні висловлювання – 65%, на прохання – 70%, у ситуаціях розмови – 75%, а у ситуаціях, що потребують емпатії – 80%.

Результати показали, що студенти експериментальної групи, які проходили додаткові тренінги з комунікативних навичок, демонструють кращі результати в усіх типах ситуацій порівняно з контрольними студентами. Це свідчить про ефективність застосованої методики тренінгів у покращенні комунікативних умінь.

Для аналізу описаних вище даних були використані методи кількісної, якісної та математико-статистичної обробки даних (описова статистика, кореляційний аналіз, програма IBM SPSS Statistics), інтерпретація результатів дослідження. Для перевірки вибірки на нормальність розподілу було застосовано критерій Колмогорова – Смирнова. Для кореляційного аналізу застосовано критерій коефіцієнта кореляцій Спірмена, а також критерій Манна-Уїтні (табл.2.4).

Таблиця 2.4.

Кореляційний аналіз шкал проведених методик

	інтроверсія-екстраверсія	нейротизм	психотизм	ситуативна тривожність	особистісна тривожність	залежна	компетентна	агресивна	Інтернет залежність
інтроверсія-екстраверсія	-	,092	,020	,111	,089	-,088	-,042	,235	-,020
нейротизм	,092	-	,855**	,891*	,797**	,718*	-,779*	,274	,864**
Психотизм	,020	,855*	-	,881*	,845*	,775**	-,769*	,150	,837**

ситуативна тривожність	,111	,891* *	,881**	-	,849* *	,762* *	-,797* *	,208	,810**
Особистісна тривожність	,089	797**	,845**	,849* *	-	,778* *	-,785* *	,193	,825**
залежна	-.088	,718* *	,773 **	,762* *	,778* *	-	,834**	-,109	,775**
компетентна	-,042	779**	-,769**	797**	,785* *	834**	-	-,208	795**
Агресивна	,235	,274	,150	,208	,193	-,109	-,208	-	,212
Інтернет залежність	-,020	,864* *	,837**	,810* *	,825* *	,775* *	-,793* *	,212	-

Насамперед нас цікавить рядок «Інтернет-залежність». Ми бачимо, що ця шкала має сильну позитивну кореляцію з такими шкалами, як "Нейротизм", "Психотизм", "Ситуативна тривожність", "Особистісна тривожність", "Залежна стратегія спілкування". При цьому вона також має сильну негативну кореляцію зі шкалою «Компетентна стратегія спілкування».

Дані результати можна інтерпретувати в такий спосіб:

студенти, які мають низьку емоційну стабільність, більш схильні до ризику інтернет-залежності, ніж ті, що мають високу емоційну стабільність. Оскільки їх емоції дуже інтенсивні та яскраві, а реального спілкування та задоволення потреб в емоціях часом не вистачає, вони замінюють дані відчуття через інтернет-спілкування, комп'ютерні ігри та споживання контенту;

те саме відбувається з рівнем психотизму, чим асоціальніші студенти, тим більше вони схильні до ризику інтернет-залежності. Через низьку здатність контактувати з людьми позитивно і продуктивно, студенти йдуть в онлайн, тому що в мережі Інтернет можна придумати собі інший образ, знайти людей зі схожими особистісними особливостями та виливати емоційний сплеск через інтернет;

студенти з високою тривожністю більш схильні до всіх інформаційно-психологічних загроз, у тому числі й інтернет-залежності. Вони можуть знизити свою тривожність завдяки «анонімності» у мережі, не боячись, що їх

знайдуть та висміють. Чим більша тривожність, тим більше ризик інформаційно-психологічної безпеки;

залежна стратегія спілкування передбачає віктимність поведінки студента. Він дозволяє собою керувати, маніпулювати, залучаючи булерів у реальності, та й у мережі. Однак в інтернеті є можливість створити собі нову особистість, впевнену в собі, сильну, лідерську без страхів. Тому найчастіше студенти з віктимною поведінкою мають сильний ризик розвитку інтернет-залежності через бажання бути іншим, але з наявністю неможливості зробити це насправді;

«компетентна стратегія», навпаки, дозволяє студентам задовольнити потребу в інтимно-особистісному спілкуванні у реальному житті, оскільки у них сформувалися позитивні стосунки з оточуючими. Таким чином, ризик виникнення інтернет-залежності у них мінімальний.

Після проведення корекційної програми з експериментальною групою студентів було повторно проведено діагностику. Отримані результати порівняли із початковими за допомогою програми IBM SPSS Statistics, використовуючи критерій знакових рангів за Вілкоксоном. Дані статистичного порівняння представлені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Порівняння результатів експериментальної групи до та після програми

	Нейроти зм	Психоти зм	Ситуаційна тривожність	Особистісна тривожність	Залежна стратегія	Компетентна стратегія	Інтернет-Залежність
на основі позитивних рангів.	-,164	-2,268	-2,272	-2,013	-2,074	2,507	-3,137,
Критерій знакових рангів Вілкоксона	,869	,023	,023	,044	,038	,012	,002

По таблиці бачимо, що всі шкали, крім нейротизму мають значні зміни. Усі зміни у менший бік, крім компетентної стратегії. Ці дані можна

інтерпретувати так: нейротизм є частиною темпераменту, який закладено у людині, тому його складно змінити, тим більше у юнацькому віці, коли відбувається гормональна перебудова організму; зменшився показник «психотизм», що говорить про ефективність корекції комунікативного блоку студентів та навчання їх саморегуляції; також ми бачимо зниження ситуативної та особистісної тривожності, що говорить про ефективність навчання саморегуляції та корекції емоційної сфери студентів; при цьому зменшився відсоток студентів, які використовують залежну стратегію спілкування як провідну, і навпаки, підвищився відсоток тих, хто використовує компетентну стратегію, що також говорить про позитивну динаміку в комунікативній сфері студентів після проведення корекційної програми. Таким чином, знизилися показники ризику розвитку інтернет-залежності у студентів, чому також посприяв інформаційний блок програми про загрози та наслідки залежності.

Також було проведено порівняння експериментальної та контрольної груп, щоб визначити, чи дійсно значущі зміни після проведення програми.

Для цього у програмі IBM SPSS Statistics було проведено порівняння двох незалежних вибірок за допомогою критерію Манна-Уїтні. Значні відмінності виявлено за шкалами «психотизм», «ситуативна та особистісна тривожність», «залежна та компетентна стратегія» та «інтернет-залежність», що підтверджує ефективність корекційної програми.

Висновок до розділу 2

У розділі 2 було розглянуто емпіричне дослідження психологічних факторів, що спонукають студентів до активного користування соціальними мережами. Встановлено, що основними чинниками, які впливають на залученість студентів, є потреба в соціальній взаємодії, підтримці однолітків, самовираженні, та отриманні інформації. Студенти використовують соціальні мережі не тільки для підтримки існуючих соціальних зв'язків, але й для розширення свого соціального кола та професійного мережування.

Аналіз показав, що емоційний стан студентів тісно пов'язаний із їхньою активністю в соціальних мережах. Студенти, які відчують стрес або соціальну ізоляцію, частіше звертаються до соціальних мереж як засобу втечі від негативних переживань. Водночас існує ризик розвитку залежності від соціальних мереж, що може негативно впливати на академічну успішність та психічне здоров'я студентів.

Ефективне використання соціальних мереж може сприяти розвитку навичок критичного мислення, самоорганізації, а також може відігравати позитивну роль у професійному розвитку молоді. Втім, необхідно звернути увагу на створення освітніх програм, що навчають студентів здоровому способу використання цих платформ, з метою мінімізації потенційних ризиків.

Враховуючи отримані дані, можна зробити висновок, що соціальні мережі є важливим елементом у житті студентів, який впливає на їхнє соціальне та емоційне благополуччя. Тому важливо продовжувати дослідження в цій сфері для розробки більш ефективних стратегій використання соціальних мереж у навчальному процесі.

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ВИВЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ПРОФІЛАКТИКИ ІНТЕРНЕТ-ЗАЛЕЖНОСТІ У МОЛОДІ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

3.1 Програма вибіркового курсу «Основи медіаграмотності»

Сучасні засоби комунікації відіграють важливу роль у житті кожної людини, формуючи цінності та моделі поведінки. І якщо враховувати яку роль відіграють засоби масової інформації в суспільстві, то потрібно звернути увагу на розвиток медіаосвіти. Медійна грамотність та медіакомпетентність важливі на сьогодні. Зростання потоку інформації вимагає від людини не тільки адекватного сприйняття, переробки інформації, а й творчого осмислення та критичного аналізу медіаповідомлень. Політична складова нашого суспільства стає все більш актуальною на сьогодні. Зауважимо, що участь людей у політиці, владі та управлінні, надає значний вплив не тільки на політичну дійсність, а й на всі інші сфери суспільного життя.

Тому ми пропонуємо включити до освітніх програм вибіркового курсу «Основи медіаграмотності», адже він дозволить набути знання з теорії медіа, сформує уявлення про феномен політичного дискурсу, а також використовувати отримані знання у повсякденній практиці при спілкуванні з медіа.

Медіаосвіта є процесом розвитку особистості за допомогою засобів масової комунікації, при якому відбувається формування культури спілкування з медіа засобами, а також формування творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, оцінки, аналізу та повноцінного сприйняття медіатексту, а також навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки. За допомогою медіаграмотності людина може активно скористатися можливостями інформаційного поля Інтернету, телебачення, радіо, преси. ЗМІ стає каналом політичної

комунікації, тобто спілкування, яке організується державою для впливу на громадську думку, для цього можуть використовуватися прийоми маніпуляції, різні стратегії та тактики на аудиторію. Завдяки цьому курсу студенти повинні вміти аналізувати отриману інформацію та визначати її достовірність. Отже, актуальність даного курсу визначається необхідністю вивчення такого поняття як медіаграмотність.

Практична значущість: отримані знання дадуть уявлення про поняття політичного дискурсу, медіаграмотності та медіаосвіти, як про ефективний засіб розвитку творчої, самостійно та критично мислячої особистості в умовах інтенсивного збільшення інформаційного потоку. *Мета вибіркового курсу:* підготовка молодого покоління до свідомої участі у медіасередовищі через формування у молоді критичного ставлення до медіа, вироблення імунітету від маніпулятивного впливу ЗМІ.

Завдання курсу:

1. Сформувати уявлення про феномен політичного дискурсу;
2. Формування медіаграмотності в процесі спілкування з медіа;
3. Ознайомлення з основними видами медіа та їх особливостями;

Формування індивідуального механізму критичного осмислення та коригування інформації, одержуваної через ЗМІ, вміння інтерпретувати інформацію, розуміти її суть, адресну спрямованість, мету інформування;

Методи: аналіз літератури з політичного дискурсу, медіаосвіти, медіаграмотності (друкованої та аудіовізуальної) у різні періоди, зв'язок теоретичних та практичних концепцій.

Зміст вибіркового курсу «Основи медіаграмотності»

Початкове анкетування студентів

Результати анкетування, дадуть уявлення про медіапереваги конкретної аудиторії (найпопулярніші теми, функції, жанри, інші мотиви звернення до медіатекстів), про рівні її медіаграмотності, що надалі враховуватиметься педагогом при реалізації всього комплексу курсу.

Місце та роль медіа та медіаосвіти в сучасному світі

Короткий огляд розвитку радіо, звукозапису, відео, преси, інтернету, телебачення, кінематографа, фотографії .Види медіа (преса, кінематограф, телебачення, відео, Інтернет, звукозапис, радіо.). Зв'язок медіаосвіти з іншими напрямками педагогіки та гуманітарними науками. Медіаосвіта в сучасному світі і те, як вона впливає на розвиток особистості.

Вивчення ключових понять медіаосвіти. Проблеми розуміння медіаконтенту, навчання медіамови.

Медіавплив та медіасприйняття. Медіатекст. Жанри медіатекстів. Знак та значення. Вербальні та невербальні, динамічні та статичні медіатексти. Медіатехнології. "Кому і яка технологія доступна?", "Як вона використовується?", "Який вплив надають дані технології на кінцевий результат?". Аудиторія. «Яким чином аудиторію визначають, створюють, як до неї звертаються і входять з нею в контакт?», «Як аудиторія «споживає» і реагує на тексти?», «Коли і як вони «отримують» текст? витягти з нього аудиторія?». Репрезентація. Співвідношення медіатекстів з дійсністю. Критична оцінка медіатекстів.

Освітні можливості цифрових медіа та ризики, пов'язані з їх використанням.

Пріоритет телебачення та Інтернету серед сучасних ЗМІ. Проблема поколінь у використанні різних медіаканалів. Освітнє телебачення у світі та в Україні. Різні види ризиків, пов'язані з використанням телебачення дітьми та студентами. Онлайн-звички дітей та молоді. Ризики, що виникають при користування Інтернетом. Методичні розробки, спрямовані на формування та виховання критичного ставлення до телевізійного та інтернет-контенту. Відповідальність батьків, педагогів за медіаосвіту молоді.

Технологія розвитку медіаграмотності у процесі медіаосвіти студентів

Форми медіаосвіти (бесіди, лекції, написання статей, інтерв'ю, складання афіш, ігрові заняття – конкурси, диспути). Розвиток медіакомпетентності аудиторії. Творчі завдання, пов'язані з аналізом медіатекстів та функціонуванням медіа в соціумі загалом. Складання

проектів, розрахованих на самостійну дослідницьку та практичну діяльність на медійному матеріалі.

Основи політичного дискурсу

Походження та значення поняття політичного дискурсу. Особливості політичного дискурсу. Комунікаційна складова політичного дискурсу. Концепція політичної комунікації. Соціальні функції політичного дискурсу. Функції політичного дискурсу. Політичні функції ЗМІ. Роль Інтернету у сучасному політичному дискурсі.

3.2. Розробка та апробація програми профілактики інтернет-залежності студентів з метою підвищення їх інформаційно-психологічної безпеки

Психологічні чинники залучення студентів (підлітків, осіб зрілого віку, осіб з обмеженими можливостями і т.д. – це окремі теми для дослідження) до соціальних мереж.

Людам, схильним до формування залежності, властива підвищена тривожність, емоційна нестабільність, а також непродуктивні стратегії спілкування з іншими людьми. У інтернет-залежних студентів ті самі показники. У них формується неправильна самооцінка та Я-концепція. Знижується критичність мислення, погіршуються когнітивні процеси, що веде до погіршення навчання, взаємовідносин із рідними, друзями, викладачами. Надалі інтернет-залежність може призвести до інших видів залежності і до деградації особистості та всіх мотиваційних орієнтирів у житті.

Саме тому ми розробили профілактичну програму, спрямовану на формування компетентних, здорових, дружлюбних відносин з оточуючими, навчання продуктивних комунікативних навичок, підвищення впевненості в собі у спілкуванні, на зниження ситуативної та особистісної тривожності за допомогою методів саморегуляції, дихальної гімнастики, переоцінки значущості подій, а також на підвищення інформаційно-психологічної

грамотності в Інтернеті через інформування про потенційні інформаційно-психологічні загрози мережі Інтернет (інформаційний блок).

Ця програма апробувалася на двох групах студентів: безпосередньо-контактний спосіб у рамках занять на базі ЗВО, а також дистанційний у рамках групи «Facebook» у вигляді освіти та обговорення.

Безпосередньо-контактна робота:

Мета програми: здійснити профілактику інтернет-залежної поведінки шляхом підвищення комунікативних здібностей, навичок саморегуляції та інформаційно-психологічної грамотності у студентів.

Завдання програми:

проінформувати студентів про наявність інформаційно-психологічних загроз у мережі Інтернет та методів запобігання їх впливу;

повідомити про наслідки інтернет-залежності для студентів;

навчити навичок саморегуляції та прийомів ослаблення тривожності;

продемонструвати комунікативні стратегії через групову форму занять.

Контингент програми: заняття розраховані на студентів молодших курсів.

Склад груп: оптимальна чисельність 8-14 осіб, групи мають формуватись на добровільній основі.

Методи: експеримент «48 годин без інтернету», мозковий штурм, евристичні бесіди, психологічні ігри та вправи, психодіагностичні методики.

Умови проведення: тренінг проводиться на базі ЗВО, в окремому приміщенні, що дозволяє розставляти стільці до кола; програма розрахована на проведення 1 раз на тиждень, всього 7 занять по 1,5 години, у міру потреби також можливе розбиття на 16 занять по 40 хвилин.

Оцінка результативності: позитивні зміни в особистості учнів, які кількісно вимірюються за допомогою тесту «Шкала інтернет-залежності Чена»; особистісного опитувальника Айзенка EPQ; тести комунікативних навичок Міхельсона – проводяться до та після програми.

Інформаційний блок:

Поняття про інформаційно-психологічні загрози в мережі Інтернет;
 Поняття про інтернет-залежність, яка сприяє впливу інформаційно-психологічних загроз у мережі Інтернет;
 причини формування інтернет-залежності;
 Комунікативні стратегії та їх особливості;
 Помилки комунікації;
 Конфлікт та способи його вирішення;
 Концепція тривожності;
 Способи зменшення тривожності;
 Нейротизм та емоційна стабільність;
 Методи саморегуляції.

Комунікативний блок:

Навчання навичкам слухання;
 Навчання ораторського мистецтва;
 Розвиток поваги один до одного;
 Формування довіри до однолітків.

Емоційний блок:

Підвищення самооцінки;
 Формування впевненості у собі;
 Навчання навичкам емоційної саморегуляції;
 Формування вміння розпізнавати свої емоції.

Дистанційна робота у групі «Facebook».

Ціль роботи: профілактика інтернет-залежності у студентів, а також підвищення інформаційно-психологічної грамотності.

Завдання:

поінформувати про інформаційно-психологічні загрози в мережі Інтернет;
 повідомити студентів про наслідки інтернет-залежності;
 залучити до обговорення та роздумів про причини виникнення Інтернет-залежності.

Методи роботи: розміщення інформації у групі «Facebook», обговорення у групі «Facebook», спостереження за зміною спілкування студентів, контент-аналіз повідомлень.

Умови проведення: створення групи Facebook, залучення студентів, можливість участі під псевдонімом. Публікація інформації 1 раз на день. Обговорення у вільний час.

Оцінка результативності: методом спостереження та контент-аналізу повідомлень.

Теми інформаційних публікацій:

Поняття про інформаційно-психологічні загрози в мережі Інтернет;

Поняття про інтернет-залежність, яка сприяє впливу інформаційно-психологічних загроз у мережі Інтернет;

причини формування інтернет-залежності;

Комунікативні стратегії та їх особливості;

Помилки комунікації;

Конфлікт та способи його вирішення;

Концепція тривожності;

Способи зменшення тривожності;

Нейротизм та емоційна стабільність;

Методи саморегуляції.

Теми обговорень:

Чим для вас відрізняється спілкування в реальності та в мережі?

Чому виникає інтернет-залежність?

Чого хоче студент під час спілкування з однолітками?

Як правильно спілкуватися з однолітками?

Як зрозуміти, що ти відчуваєш?

Як упоратися з емоціями?

Чим реальне спілкування краще за віртуальне?

Група «Facebook» була апробована на студентах з огляду на принцип конфіденційності.

За наслідками використання групи «Facebook» ми спостерігали за динамікою зміни комунікативної сфери у студентів.

Якщо спочатку вони ледве йшли на контакт, остерігаючись глузування чи громадського осуду, то після використання обговорення та активного слухання «Facebook», вони почали проявляти активність у розмові, самі пропонували теми для обговорення, вибудовували довірчі стосунки один з одним.

Наприклад, студент А. на самому початку частіше використовував слова-маркери закритого типу спілкування: "не знаю"; "ясно"; "не вірю"; «сумніваюсь»; загалом використання односкладових пропозицій та відповідей.

Після дискусій через групу «Facebook» студент А. почав використовувати епітети, дружні жарти, цікавився чужою думкою, використовував такі фрази: "Я теж так думаю"; "Ви маєте рацію"; "Для мене це дуже важливо"; "Давайте спілкуватися частіше"; "Дякую за Ваш коментар".

Зменшилася кількість образ і конфліктів, повідомлення стали більшими і змістовнішими. Студенти почали частіше коментувати пости щодо інформаційно-психологічної безпеки.

Висновки до розділу 3

Після проведення аналізу отриманих даних можна зробити такі висновки:

Більшість студентів проводять у мережі Інтернет понад половину дня. Найпоширеніша мета використання Інтернету – спілкування у соціальних мережах. У більшості студентів ситуативна і особистісна тривожність трохи перевищує норму. Переважають компетентна та залежна стратегії у спілкуванні з людьми.

Інтернет-залежність взаємопов'язана з рівнем особистісної та ситуативної тривожності, рівнем нейротизму, психотизму, а також із залежною стратегією спілкування.

Було проведено профілактичну програму, спрямовану на підвищення інформаційно-психологічної грамотності через інформаційний блок як у рамках безпосередньо-контактної роботи з використанням елементів вибіркового курсу «Основи медіаграмотності», так і з використанням групи «Facebook»; формування навичок саморегуляції для зменшення рівня психотизму, а також особистісної та ситуативної тривожності; навчання продуктивним комунікативним навичкам підвищення рівня використання компетентної стратегії спілкування студентів з людьми.

Було створено групу «Facebook» для профілактики інтернет-залежності студентів за допомогою освітньої діяльності (інформативні пости), а також за допомогою обговорення та ведення групи до продуктивних висновків.

За результатами повторної діагностики було виявлено позитивну закономірність у таких особистісних особливостях, як рівень нейротизму (зниження $-0,164$); рівень психотизму (зниження $-2,268$); ситуативна тривожність (зниження $-2,272$); особистісна тривожність (зниження $-2,272$), використання залежної стратегії спілкування студентів (зниження $-2,074$); використання компетентної стратегії спілкування студентів (збільшення $+2,507$), а також безпосередньо схильність до виникнення інтернет-залежності (зниження $-3,137$).

Всі шкали, крім нейротизму мають значні зміни. Усі зміни у менший бік, крім компетентної стратегії. Ці дані можна інтерпретувати так: нейротизм є частиною темпераменту, який закладено у людині, тому його складно змінити, тим більше у юнацькому віці, коли відбувається гормональна перебудова організму; зменшився показник «психотизм», що говорить про ефективність корекції комунікативного блоку студентів та навчання їх саморегуляції; також ми бачимо зниження ситуативної та особистісної тривожності, що говорить про ефективність навчання

саморегуляції та корекції емоційної сфери студентів; при цьому зменшився відсоток студентів, які використовують залежну стратегію спілкування як провідну, і навпаки, підвищився відсоток тих, хто використовує компетентну стратегію, що також говорить про позитивну динаміку в комунікативній сфері студентів після проведення корекційної програми.

Таким чином, знизилися показники ризику розвитку інтернет-залежності у студентів, чому також посприяв інформаційний блок програми про загрози мережі Інтернет відповідно, підвищився рівень їх інформаційно-психологічної безпеки.

ВИСНОВКИ

1. Внаслідок аналізу наукової літератури встановлено, що під медіаграмотністю вчені розуміють якість особистості, що характеризується сукупністю наступних компонентів:

знання та розуміння ролей та функцій медіа в сучасному суспільстві;

вміння оцінювати та аналізувати різні повідомлення у різних видах медіа, формах та жанрах на наявність пропаганди, цензури, цінності для особистості та суспільства в цілому;

виявлення в різних повідомленнях структурних елементів та вміння визначати їх вплив на зміст інформації;

взаємодія з медіа для самовираження та участі у житті суспільства;

здатність створювати користувальницький контент медіа.

Інформаційно-психологічна безпека – це усвідомлення особистістю негативних інформаційно-психологічних впливів та способів протидії; здатність особистості запобігати негативному впливу інформаційно-психологічних загроз.

2. Внаслідок виявлення рівня медіаграмотності студентської молодіжної аудиторії можна зробити такі висновки:

Найчастіше молоді люди обирають такий вид медіа, як Інтернет.

Більшість студентів звертаються до медіа для того, щоб отримати нову інформацію, і лише потім для розваги.

Молоді люди не зовсім розуміють значення термінів, пов'язаних із медіаграмотністю.

Студенти здебільшого не готові реагувати на інформацію, навіть якщо вона суперечить їхнім переконанням.

У більшості випадків вони не готові змінювати свою думку навіть під впливом ЗМІ.

Респонденти спроможні убезпечити себе, що стосується безпеки своїх особистих даних та безпеки комп'ютера.

Молоде покоління активно користуються Інтернетом для різних цілей і добре знає про його освітній потенціал.

Студенти активно користуються соціальними мережами, ігноруючи загрози, які вони несуть.

Хоча молоді люди не зовсім розуміють значення термінів, пов'язаних з медіаграмотністю, вони добре розуміють, що ЗМІ, які вони самі обирають, можуть не завжди надавати інформацію достовірно, і потрібно вміти її розпізнавати. Не всі молоді люди готові це робити, і не всі мають навички розпізнавання інформації. Але все ж таки можна сказати про те, що більшість студентів має не найвищий, а й не низький показник медіаграмотності. Вони мають навички створення медіапродукту.

3. Встановити рівень психологічної безпеки студентської молоді вдалося, використовуючи опитувальник для студентів з питанням «З якими загрозами мережі Інтернет Ви стикалися?». Оцінюючи поширеність загроз мережі Інтернет, зазначимо, що 38% студентів зіткнулися з вірусами; у 29% опитаних було вкрадено особисті дані, включаючи злом сторінки, крадіжку особистих фотографій з метою подальшого розповсюдження, крадіжку особистого листування, паролі, навіть невеликі кошти; 12% респондентів зіткнулися з небезпечним матеріалом у мережі, що включає відео, що містять сцени насильства, сцени порнографічного характеру, заклик до суїциду, а також статті та записи з таким самим змістом; більшість респондентів зазнали шоку й огиди, що могло підірвати їхню інформаційно-психологічну безпеку; 11% студентів зіткнулося з цькуванням у мережі, це явище ще називається кібербулінгом. Вони повідомили, що їхні фотографії викладалися в спільний доступ з метою глузування, надходило багато образ та погроз в особисті повідомлення; 8% студентів зіткнулися із сексуальними домаганнями в інтернеті (отримували фотографії непристойного характеру в повідомленнях, натяки та відкриті пропозиції про сексуальний акт, вимоги надіслати свої фотографії, шантаж), близько половини респондентів написало, що подібні погрози походили від їхніх знайомих.

Лише 2% опитаних не стикалися з жодною загрозою інформаційно-психологічної безпеки в мережі. При цьому вони вказали, що ніхто їх не навчав правил поведінки в Інтернеті та правил безпеки (не поширювати особисту інформацію та інше).

4. Було апробовано профілактичну програму, спрямовану на підвищення інформаційно-психологічної грамотності через інформаційний блок як у межах безпосередньо-контактної роботи, так і з використанням групи «Facebook»; формування навичок саморегуляції для зменшення рівня психотизму, а також особистісної та ситуативної тривожності; навчання продуктивним комунікативним навичкам підвищення рівня використання компетентної стратегії спілкування студентів.

Було створено групу «Facebook» для профілактики інтернет-залежності студентів за допомогою освітньої діяльності (інформативні пости), а також за допомогою обговорення та ведення групи до продуктивних висновків.

За результатами повторної діагностики було виявлено позитивну закономірність у таких особистісних особливостях, як рівень психотизму, ситуативна та особистісна тривожність, використання компетентної стратегії спілкування студентів, а також безпосередньо схильність до запобігання інтернет-залежності або зменшення рівня вже сформованої інтернет-залежності.

Запропоновані матеріали вибіркового курсу «Основи медіаграмотності» дозволять молоді розширити свій політичний світогляд, вони отримуватимуть потрібні відомості, на практичних заняттях вони будуть використовувати різні методи, працювати з інтернет-ресурсами, підбирати матеріал для власних проєктів, брати участь в обговоренні інших проєктів, аналізувати медіатексти на різні теми, створювати свій медіапродукт.

Таким чином, завдання, поставлені на початку роботи, були вирішені, мету дослідження досягнуто.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ануфрієва О. В. Психологічні чинники впливу ЗМІ на структурні елементи ціннісних орієнтацій студентської молоді. *Молодь в умовах нової соціальної перспективи : м-ли XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Житомир, 25-26 березня 2009 року) / [редкол. В. М. Бебик та ін.]. Житомир: [б. в.], 2009. Ч.1. С. 148 – 149.*
2. Баришполець О. Чинники впливу засобів масової інформації на аудиторію. *Соціальна психологія*. 2006. Режим доступу до ресурсу: <http://www.politik.org.ua>. (дата звернення:05.06.2024)
3. Баришполець О. Т. Диференціація аудиторії телебачення за критеріями медіакультури. *Ученые записки Таврического нац. ун-та им В. И. Вернадского*. Симферополь: Изд-во ТНУ им. В. В. Вернадского, 2008. Т. 21 (60), № 1. С. 255-261.
4. Бондаревська І. О. Ціннісні орієнтації як компонент смислового змісту гендерної ідентичності. Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ: Міленіум, 2004. Т. 1, ч. 12. С. 8–11.
5. Боришевський М. Й. Духовні цінності як детермінанта саморозвитку особистості. *Педагогіка і психологія*. 2008. № 2. С. 49–57.
6. Будник О. Б. Теоретичні і методологічні засади професійної підготовки майбутніх вчителів початкових класів до соціально-педагогічної діяльності: дисертація на здобуття наук. ступеня д-ра педагогічних наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Будник Олена Богданівна. На правах рукопису. Житомир: Вид-во Житомирського держ. ун-ту ім. І. Франка, 2014. 514 с.
7. Василюк А. Педагогічний словник-лексикон: Англ.-укр., укр.-англ. Ніжин : Ніжин. держ. ун-т ім. М. Гоголя, 2004. 154 с.

8. Васютинський В. О. Цінність цінностей. Режим доступу: <http://tsn.ua/blogi/themes/psihology/cinnist-cinnostey-406041.html>. (дата звернення: 05.06.2024)
9. Вивчення теорій масових комунікацій. Режим доступу до ресурсу: <http://pidruchniki.com/20080215/zhurnalistika/vivchennya teoriy masovih komunikatsiy> (дата звернення: 05.06.2024)
10. Вознесенська О. Л. Медіаактивність як фактор становлення особистості сучасного студента. II Міжнародна науково-практична конференція «Генеza буття особистості» (19-20 грудня 2011 року). Київ: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2012. Т. I. С. 18–25.
11. Вознесенська О. Л. Медіасоціалізація: гендерні стереотипи серіальної реальності. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Сер.: Психологія*. Київ: КНУ ім. Т.Шевченка, 2014. № 1. С. 22 – 27.
12. Галян І. М. Психодіагностика. Київ: Академвидав, 2009. 464 с.
13. Голоднікова Ю. Медіаосвіта та медіакритика у контексті українських медіастудій. *Mediakrytyka*. 2013. Режим доступу до ресурсу: <http://www.mediakrytyka.info> (дата звернення: 05.06.2024)
14. Горні К. Невротична особистість нашого часу (*The Neurotic Personality of our Time*), 1937. пер. з англ. і примітки А. І. Фета. *Philosophical arkiv, Nyköping (Sweden)*, 2016. 186 с.
15. Гуманістична психологія: антологія: в 3-х т. / [упоряд. : Г. Балл, Р. Трач]. Київ: ПУЛЬСАРИ, 2005. Т. 2: Психологія і духовність: (світоглядні аспекти гуманістично зорієнтованих напрямів у сучасній західній психології). 279 с.
16. Дейнегіна Т. О. Телебачення як особливий чинник впливу на духовно-моральний світ сучасної молоді. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2012. № 5. С. 71–79.
17. Деркач А. Громадська мрія. *Телекритика*. Київ. 2011. № 3. С. 83 – 88.

18. Довженко О. *À laguerre comme à laguerre. Зеркало недели.* 2012. № 36. – 39 с.
19. Дуб В. Г. Характеристика ціннісних орієнтацій майбутніх педагогів. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology.* 2014. Режим доступу до ресурсу: <http://seanewdim.com> (дата звернення: 05.06.2024).
20. Дубасенюк О. А. Синергетичний вплив засобів масової інформації на розвиток особистості. *Новые технологии обучения: Учебно-воспитательная среда и нравственность в XXI веке: сб. науч. тр. / Ин-т инновационных технологий и содержания образования МОН Украины ; Академия международного сотрудничества по креативной педагогике. Киев; Винница. Ин-т инновационных технологий и содержания образования МОН Украины, 2010. Спец. вып. № 62. С. 48 – 52.*
21. Ефект мас-медіа. Що таке ефект мас-медіа? Режим доступу до ресурсу: <http://gorodenok.com/%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82> (дата звернення: 05.06.2024).
22. Жадан І. В. Цінності в структурі політичної картини світу молоді: концептуальні засади дослідження. *Психологія особистості.* 2013. № 1. С. 213–221.
23. ЗМІ як особливий чинник впливу на формування способу життя особистості. ЦІР ІГМЕ АМН України. 2001. Режим доступу до ресурсу: <http://www.health.gov.ua>. (дата звернення: 05.06.2024).
24. Зязюн Л. І. Роль освітньо-виховних інформаційних технологій та їх вплив на розвиток особистості в освітній системі Франції. 2014. Режим доступу до ресурсу: <http://philology.knu.ua> (дата звернення: 05.06.2024).
25. Іванов В. Ф. Соціологія масової комунікації: навч. посіб. Черкаси: Вид-во ЧДУ, 2003. 196 с.

- 26.Іванчук А. П. Особливості ціннісних орієнтацій студентської молоді (на прикладі крос-культурного дослідження). Режим доступу до ресурсу: <http://www.psyh.kiev.ua>. (дата звернення:05.06.2024).
- 27.Інститут соціології НАН України. <https://i-soc.com.ua/> (дата звернення:05.06.2024).
- 28.Камінська А. А. Вплив сучасного українського телебачення на формування морального виховання молоді. 2013. Режим доступу до ресурсу: <http://www.kymu.edu.ua>. (дата звернення:05.06.2024).
- 29.Карпенко З. С. Аксіопсихологія особистості. Київ: ТОВ «Міжнар. фін. агенція», 1998. 216 с
- 30.Карпенко З. С. Психолого-історична реконструкція соціальних міфологем як метод протидії маніпулятивним медіатехнологіям. *Проблеми політичної психології*. 2015. Вип. 2. С. 361-370
- 31.Карпенко З. С. Ціннісно-ієрархічна модель духовного здоров'я особистості в захисному і копінговому модусах. *Наука і освіта*. 2011. № 11. С. 61–65.
- 32.Клименко І. В. Медіа-вплив як чинник формування сімейних установок та цінностей у підлітковому віці. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: Збірник наукових праць*. Київ: Логос, 2013. С. 141-147.
- 33.Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). *Media Sapiens*. 2016. Режим доступу до ресурсу: <http://osvita.mediasapiens.ua>. (дата звернення:05.06.2024).
- 34.Концепція впровадження медіаосвіти в Україні : нова редакція / за ред. Л. А. Найдьонової, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/kontsepsiya-vprovadzhennya-mediaosvity/>. (дата звернення:05.06.2024).
- 35.Куляс І. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника: практичний посібник для журналістів. Київ: ХББ, 2006. С. 120.

- 36.Латур Б. Про деякі емоційні наслідки капіталізму / пер. з англ. А. Дейнеки, під ред. Т. Цимбала. *Всеукраїнський соціологічний часопис "СВОЄ"*. 2015. № 1(11). С. 36-49.
- 37.Ліщинська О. А. Інформаційно-психологічна безпека: концепція соціокультурного імунітету: монографія. Ів.-Франківськ: ФОП Богдан Кузів, 2013. 144 с.
- 38.Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів: Літопис, 2010. 538 с.
- 39.Марійко С. В. Ното virtualis ЯК ФЕНОМЕН інформаційного суспільства. *Актуальні проблеми духовності : зб. праць*. Кривий Ріг : КДПУ, 2009. № 10. С. 324–329.
- 40.Матвійчук М. М. Організація медіаосвіти у соціально-педагогічній сфері (практикум): методичні рекомендації для студентів зі спеціальності «Соціальна педагогіка». Черкаси: ФОП Гордієнко Є. І., 2014. 118 с.
- 41.Медіаосвіта та медіаграмотність: підручн. / ред.-упор.: В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ: Академія української преси : Ц-р вільної преси, 2012. 352 с.
- 42.Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : монографія / О. Т. Баришполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубева та ін.; за наук. ред. Л. А. Найдьоновой, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ: Міленіум, 2014. 348 с.
- 43.Мишко Н. М. Дослідження ціннісно-сміслової сфери майбутніх педагогів, які здобувають другу вищу освіту. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Херсон : Вид-во ХДУ, 2015. С. 21–26.
- 44.Москаленко О. В. Структурні компоненти ціннісно-сміслової сфери особистості. *Вісник НТУУ «КПІ». Сер.: Філософія. Психологія. Педагогіка*. Київ: НТУУ «КПІ», 2013. Випуск 1. С. 91 – 98.

45. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)».
[К. М. Левківський, В. Ф. Іванов, В. І. Даниленко та ін.]. Київ: [Б.в.], 2011. 88 с.
46. Найдьонова Л. А. Рефлексія віртуальності – новий підхід до формування медіа-та-інформаційної грамотності (МІГ). *Тези доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Віртуальний освітній простір: психологічні проблеми» (Психологія нового тисячоліття)*. 2013. Режим доступу до ресурсу: <http://www.psy-science.com.ua>. (дата звернення: 06.06.2024)
47. Невмержицька О. Вітчизняна педагогічна думка про вплив телебачення на становлення моральної особистості. *Людинознавчі студії : зб. наук. праць ДДПУ. М-во освіти і науки України, Дрогоб. держ. пед. ун-т ім. І. Франка. Дрогобич : Вид-во ДДПУ ім. І. Франка, 2009. Вип. 19: Педагогіка. С. 212 – 225.*
48. Невмержицька О. Розважальні програми основних каналів телебачення України як чинник морального виховання підлітків: монографія; Дрогоб. держ. пед. ун-т ім. І. Франка. Дрогобич : Вид-во ДДПУ ім. І. Франка, 2007. 196 с.
49. Осипова Т. Ю. Виховна робота зі студентською молоддю: навч. пос.. Одеса : Фенікс, 2006. 288 с.
50. Пенчук І. З досвіду дослідження впливу аудіовізуальних та друкованих ЗМІ на формування молодіжної аудиторії. *Вісник Запорізького державного університету : зб. наук. ст. Філологічні науки. Запоріжжя : Запорізький державний університет, 2002. Вип. 2. Головний редактор Толок В. О. С. 72 – 74.*
51. Петрова Л. Вплив телебачення та Інтернету на молодь: Круглий стіл для старшокласників. *Психолог. Шкільний світ*. 2012. № 7. С. 31 – 34.
52. Петрова Н. Свободи немає там, де нема законів?. *Телекритика*. 2011. № 1. С 3 – 6.

- 53.Петрунько О.В. Агресивне телебачення та його деструктивний потенціал. *Освіта і управління* 2004. №3 С. 106-117.
- 54.Петрунько О.В. Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризику взаємодії; Нац. акад.пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 84 с
- 55.Психологія групової ідентичності: закономірності становлення: П. П. Горностай, О. А. Ліщинська, Л. Г. Чорна та ін.; за наук. ред. П. П. Горностая ; Національна академія педагогічних наук України, Ін-т соціальної та політичної психології. Київ: Міленіум, 2014. 252 с.
- 56.Разумков центр. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia> (дата звернення: 06.06.2024)
- 57.Різун В. Історія досліджень медіавпливів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013. Режим доступу до ресурсу: http://papers.univ.kiev.ua/1/zhurnalistyka/articles/rizun-v-ivanov-v-history-of-media-impact-researches_24674.pdf. (дата звернення: 06.06.2024)
- 58.Ровинський Т. Методи впливу ЗМІ на суспільну свідомість. *МЕ і МО*. 2008. № 6. С. 100–103.
- 59.Роджерс К. Клиентоцентрированная терапия. М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 1997. 320 с.
- 60.Роджерс К. Свобода учиться. М. : Смысл, 2002. 528 с.
- 61.Роль медійного «інфотейнменту» в політичній соціалізації молоді. Електронний ресурс: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/rol-rozvazhalnih-program-v-politichniy-socializaciyi-molodi> (дата звернення: 06.06.2024)
- 62.Руденко В. М. Математичні методи в психології: підручн.. Київ: Академвидав, 2009. 384 с.
- 63.Семків І. І. Адаптація методики Ш. Шварца «Портрет цінностей» українською мовою.. *Практична психологія та соціальна робота*. 2013. № 1. С. 12–28.

64. Скуленко М. І. Психологія пропаганди: монографія; Класичний приватний ун-т. Запоріжжя : КПУ, 2009. 180 с.
65. Слюсаревський М. М. Інформаційний простір: критика існуючих визначень і спроба побудови теорії. *Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Психологія, політологія: Особистість і трансформаційні процеси у суспільстві*. Харків : Вид-во ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 1999. № 439, ч. 4-5. С. 337–342.
66. Соловійова І. В. Чинники психологічної стійкості особистості до впливу засобів масової інформації. *Наука і освіта*. 2010. № 3. С. 109 – 113.
67. Субашкевич І. Р. Вплив медіа на ціннісні орієнтації студентської молоді. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні»* Львів, 2016 . С. 99–102.
68. Субашкевич І. Р. Медіаосвіта як засіб формування ціннісно-сміслової сфери студентської молоді. *Міжнародна науково практична інтернет-конференція «Від медіаграмотності до медіакультури: стратегії, проблеми, перспективи»*. Миколаїв, 2016. С. 99–101.
69. Субашкевич І. Р. Медіаосвітні технології формування ціннісно-сміслової сфери студентської молоді. *Матеріали IV Всеукраїнського педагогічного конгресу «Реформування освітньої системи в Україні в контексті європейської інтеграції»*. Львів, 2014. С. 403 – 408.
70. Субашкевич І. Р. Модифікація методики О. Фанталової «Рівень співвідношення «цінності» і «доступності» в різних життєвих сферах». *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2015. №4-5. С. 77–87.
71. Темех Н. Д. Телебачення і формування духовності молоді: теорія, практика: навч. посіб.; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Львів: Вид-во ЛНУ ім. І.Франка, 2008. 147 с.
72. Темех Н. Д. Телебачення як джерело розвитку духовності молоді . *Телерадіожурналістика: історія, теорія, практика. Погляд у майбутнє :*

- зб. наук.-метод. праць. Львів: Ред.-вид. відділ ЛЛНУ ім. І.Франка, 1997. С. 44 – 47.
73. Титаренко Т. М. Чому і як особистість стимулює дебют життєвої кризи. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2000. Випуск 4 (7). С. 3–10.
74. Тітова Т. Є. Проблема психологічного супроводу формування ціннісно-сислової сфери майбутніх психологів. *Психологія і особистість*. 2015. № 1. С. 176 – 185.
75. Тоффлер Е. Третя хвиля. Київ: Всесвіт, 2000. 480 с.
76. Триумф: історія Рона Кларка [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: tps://www.youtube.com/watch?v=Cb_l5G9OfbI (дата звернення: 06.06.2024)
77. Фирсова Т. А. Исследование особенностей эмоциональных состояний школьников и студентов. *Молодой ученый*. 2014. № 6. С. 829–831.
78. Фолькман, С., Лазар, Р.С. (1988). Копінг як посередник емоцій. *Журнал особистої та соціальної психології*, 54, 466-75.
79. Фурман А. А. Ціннісно-сисловий аспект розвитку особистості. *Матеріали 6-ї міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні дослідження в соціальній сфері» 17 листопада 2015 року*. Одеса : Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2015. С. 40 – 46.
80. Чайка Г. В. Особливості ціннісних орієнтацій користувачів інформаційних технологій: синергетичний підхід [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://www.psy-genetno.org.ua>. (дата звернення: 06.06.2024)
81. Череповська Н. Роль медіа-культури у формуванні молодіжних субкультур в Україні. *Соціальний педагог*. 2008. № 11. С. 51–56.
82. Череповська Н. Уявлення батьків і дітей про ризики негативного впливу телебачення. *Соціальний педагог. Шкільний світ*. 2012. № 9. С. 32 – 35.

83. Чорна Л. Г. Психологічні особливості впливу сучасного телебачення на прояви творчого потенціалу дітей. Творча діяльність в ускладнених умовах: Навч.-метод. посіб.; за ред. В. О. Моляко. К., 2007. С. 248-266.
84. Шайгородський Ю. Ж. Суспільна мораль як система цінностей. Правові засади захисту особистісних цінностей та суспільної моралі: збірник нормативних актів України. 2007. Режим доступу до ресурсу: <http://www.politik.org.ua>.
85. Шапар В. Б. Психологічний тлумачний словник. Харків : Прапор, 2004. 597 с.
86. Шапошникова І. В. Дослідження впливу телебачення на формування цінностей сучасної студентської молоді. Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України : науковий збірник / Акад. праці і соц. відносин Федерації профспілок України. К. : Сталь, 2012. № 4 (64). С. 19 – 25.
87. Яновський А. М. Маркетинг інформаційної продукції та послуг. *НТІ*. Сер. 1. 1996. С. 23–27.
88. Яременко О., Балакірева О., Бутенко Н., Вакуленко О. Роль засобів масової інформації та інших джерел у формуванні здорового способу життя молоді К. : Український ін-т соціальних досліджень, 2000. 207 с.
89. Adler A. *The Individual Psychology of Alfred Adler*. H. L. Ansbacher and R. R. Ansbacher (Eds.). 1956. New York: Harper Torchbooks.
90. Allport G., *Personality and Social Encounter*, Boston: Beacon, 1960. Pp. 358.
91. Apel K. O. *Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral*. Frankfurt a. M., 1988. 522 s.
92. Aufderheide P. (ed.) *Media Literacy: Звіт з Національної літератури Conference on Media Literacy*. Aspen, 1993. 9.
93. Ball-Rokeach S. J. (1985). The origins of individual media-system dependency: a sociological framework. *Communication Research*, 4, 485-510.

94. Becker, B. Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Frankfurt a. M.: Waxmann, 1997. 278 p.
95. Brown J. A. Media literacy perspectives. *Journal of Communication* 48(1). 1998. P. 44–57.
96. Brown J. A. Television «critical viewing skills» education : Major media literacy projects in the United States and selected countries. Hillsdale ; NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
97. Bryant Dzh. Bases of influence of mass media [etc.]: Williams, 2004. Transl. by: Fundamentals of Media Effects McGraw-Hill Companies
98. Buckingham D., Sefton-Green J. Multimedia Education : Media Literacy in the Age of Digital Culture. Media Literacy in the Information Age / Kubey, R. (Ed.). New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1997. P. 290.
99. Canada's Key Concepts of Media Literacy by John Pungente : Center for Media Literacy. URL: <http://www.medialit.org/reading-room/canadas-key-concepts-media-literacy>.

Аналіз наукової літератури:

Для аналізу літератури використаної у роботі на тему "Психологічні чинники залучення студентів до соціальних мереж", я обрав підхід "Ключові концепції та ідеї" з переліку методів критичного читання. Нижче наведено ключові концепції та ідеї з кожного джерела.

1.Ануфрієва О. В.

Ключова концепція: Вплив засобів масової інформації (ЗМІ) на ціннісні орієнтації студентської молоді. Ідея: ЗМІ можуть значно змінювати пріоритети та ціннісні орієнтації студентів, впливаючи на їхнє бачення світу та особисті цілі.

2.Баришполец О.

Ключова концепція: Вплив засобів масової інформації на аудиторію. Ідея: Різні засоби масової інформації впливають на сприйняття аудиторії, формуючи їхні думки та поведінкові моделі.

3.Баришполец О. Т.

Ключова концепція: Диференціація телебачення за критеріями медіакультури. Ідея: Важливість врахування медіакультури при дослідженні впливу телебачення на різні групи населення.

4.Бондаревська І. О.

Ключова концепція: Ціннісні орієнтації та гендерна ідентичність. Ідея: Ціннісні орієнтації відіграють ключову роль у формуванні гендерної ідентичності студентів.

5.Боришевський М. Й.

Ключова концепція: Духовні цінності як детермінанта саморозвитку особистості. Ідея: Духовні цінності є основою для саморозвитку та особистісного зростання студентів.

Це лише деякі ключові концепції з великої кількості джерел, які можуть бути використані для аналізу. Для подальшого дослідження, можна детальніше розглянути інші джерела з наданого списку.

ДОДАТКИ

Нижче наведено тематичний план занять за програмою в рамках безпосередньо-контактного методу роботи (Таблиця 3.10).

Таблиця 3.10

Тематичний план занять

№ заняття	мета	короткий план	теоретична частина	практична частина
1	Виявлення цілей та завдань групи для кожного учасника окремо, знайомство, розвиток особистісних якостей, формування нових переконань.	Організаційний момент – 5 хв, вправа «Прорекламуй друга» (презентація іншого учасника групи) – 50 хв, перерва – 10 хв, постановка цілей участі у програмі – 20 хв, рефлексія: «На сьогоднішньому занятті я...» – 10 хв. Домашнє завдання: вправа "30 компліментів".	5 хв	1 година 20 хв,, + домашнє завдання
2	Навчитися виявляти рівень тривожності і способам її зняття	Вітання, обговорення домашнього завдання-10 хв.; вправа «переінтерпретація»- 25 хв: розмова «Що таке тривожність» - 20 хв.: малювання свого страху - 15 хв.; рефлексія: «На сьогоднішній день!»: заняття я...»-10 хв. Домашнє завдання: релаксація під природні звуки.	30 хв.	1 година 20 хв,, + домашнє завдання
3	Навчитися навичкам дихального зняття м'язового та емоційного напруження.	Обговорення домашнього завдання – 10 хв.: вправа «сад почуттів» - 15 хв.; вправу «господар бажання» - 20 хв.; вправа "бійка" - 15 хв.; обговорення «як упоратися з поганим настроєм» - 20 хв: теорія «стрес - це» -10 хв; Домашнє завдання: експеримент «45	30 хв.	1 година 20 хв,, + домашнє завдання

		годин без інтернету» із заповненням щоденника почуттів.		
4	Підведення підсумків експерименту «45 годин без інтернету», виявлення наочного зв'язку між вольовою сферою людини і її залежністю від чогось на прикладі інтернет-залежності.	Обговорення експерименту «45 годин без інтернету» -20 хв, вправа «Сила волі – 2» - 15 хв, обговорення «інтернет-залежність - це» - 20 хв.: рольова гра «На повітряній кулі» - 25 хв., рефлексія: «На сьогоднішньому занятті я...- 10 хв. Домашнє завдання: написати плюси та мінуси інтернет-спілкування.	45 хв.	1 година 20 хв,, + домашнє завдання
5	Підвищення комунікативно і грамотності учасників	Гештальт-техніка «Сила мови», вправа «Вибудовування конструктивних міжособистісних відносин»- 15 хв, рольова гра "Усунь конфлікт"-15 хв., вправа Невпевнені, впевнені та агресивні відповіді" - 20 хв.. профорієнтаційна гра «ловушки-капканчики» -20 хв, рефлексія: «На сьогоднішньому занятті я...» -10 хв. Домашнє завдання: гра "Моя фея".	20 хв	1 година 20 хв,, + домашнє завдання
6	Навчитися слухати іншого, зміцнити самооцінку і впевненість у собі.	Обговорення домашнього завдання-10 хв.; теорія «техніки слухання» -20 хв; вправа «три якості слухання» -10 хв; вправа «слухання» -20 хв.; вправа «зіпсований телефон» -10 хв.; вправа «звільняючись від минулого» -15хв.: рефлексія - 5 хв.; домашнє завдання: вправа "дзеркало".	20 хв	1 година 20 хв,, + домашнє завдання
7	Розвиток уміння планувати своє майбутнє, роботу над прийняттям себе, підбиття	Вправа «Планування майбутнього» - 20 хв, вправа «Мої переваги»-20 хв. вправа «Я приймаю свій недолік»- 15хв. рефлексія: підбиття підсумків-25 хв,	20 хв	1 година 20 хв,,

	підсумків роботи у групі.			
--	------------------------------	--	--	--

Шановний учасник дослідження!

Просимо Вас взяти участь в опитуванні з метою виявлення сформованості медіаграмотності населення.

Заповнити анкету просто. Відповідаючи на питання дослідження, відзначте варіант відповіді, що найбільш точно відображає вашу особисту думку.

Заздалегідь дякую за участь!

Анкета

Вкажіть, будь ласка, ваш вік

1. Як часто ви використовуєте Інтернет?

- а) щодня
- б) кілька разів на тиждень
- в) декілька разів на місяць
- г) ніколи

2. Як часто ви дивитеся телевізор?

- а) щодня
- б) кілька разів на тиждень
- в) декілька разів на місяць
- г) ніколи

3. Як часто ви читаєте друковані видання?

- а) щодня
- б) кілька разів на тиждень
- в) декілька разів на місяць
- г) ніколи

4. Як часто ви граєте у комп'ютерні ігри онлайн?

- а) щодня
- б) кілька разів на тиждень
- в) декілька разів на місяць
- г) ніколи

5. Яке з наведених нижче визначень, на вашу думку, передає сенс поняття медіатекст?

(Потрібно вибрати лише один варіант відповіді)

а) комплекс засобів та прийомів виразності, що використовуються при створенні тексту

б) текст, що міститься в інструкціях з використання медіатехніки

в) конкретний результат медіапродукції - повідомлення в будь-якому вигляді та жанрі медіа

г) текст на різних медіа пристроях

Назвіть основні причини ваших контактів із медіа (Інтернетом, телебаченням тощо) (Потрібно вибрати від одного до декількох варіантів відповіді)

а) для отримання нової інформації

б) для розваги

в) для прослуховування музики

г) для пошуку інформації з навчання, для наукових чи дослідних цілей

д) звернення до віртуального світу, для відпочинку від реального життя

е) для того, щоб почути, побачити улюблених акторів, артистів, ведучих

ж) для створення медіатекстів (створення плакатів, презентацій, постів у соціальних мережах, статей у журналах тощо)

з) для того, щоб переглянути, вивчити медіатексти інших авторів

і) немає жодних причин для контактів з медіа

до) інші причини контактів з медіатекстами (вказіть свій варіант відповіді)

Які жанри залучають вас до медіа?

(Потрібно вибрати від одного до декількох варіантів відповіді)

інформаційні (звіт, інтерв'ю, репортаж тощо)

б) аналітичні, публіцистичні (огляд, рецензія, нарис, портрет, памфлет тощо)

в)літературно-драматичні (радіоп'єси різних жанрів, оповідання, новела, вірш тощо)

г)музичні

д)ігри/конкурси

е) реклама

ж)ніякі

з)свій варіант

У якій соціальній мережі ви більшою мірою відстежуєте публікації ЗМІ?

а)Фейсбук

б) Instagram

в) Telegram

г) не підписаний на соціальні мережі

Чи траплялися з вами ситуації, коли інформація, що отримується з різних медіа, викликала у вас сумнів?

а) не бувало

б) бувало часто

в) Бувало, але рідко

г)важко відповісти

Що ви робите, якщо важлива для вас інформація виявилася неповною чи сумнівною?

а) уточнюю у родичів чи друзів

б) шукаю інформацію в інтернеті

в)не шукатиму точну інформацію

г)буду шукати відповідь у ЗМІ

д)Мені зазвичай складно шукати підтвердження інформації

Які ваші звичайні дії, якщо ви зустрічаєте в Інтернет ЗМІ інформацію, яка суперечить вашим переконанням?

а)розмовляю з друзями на цю тему

- б) хотів(ла) би залишити коментар, але боюся можливих наслідків
- в) Створюю пост у соціальній мережі і висловлюю свою думку
- г) Ніяк не реауюю

Чи траплялося таке, що Ваша думка про людину чи подію кардинально змінювалася, після отримання інформації про неї в ЗМІ.

- а) так часто
- б) так але рідко
- в) ні, такого не траплялося
- г) зазвичай моя думка збігається з думкою ЗМІ

Які теми вас найбільше цікавлять на телебаченні, інтернеті? (Потрібно вибрати від одного до декількох варіантів відповіді)

- а) політичні
- б) спортивні
- в) науково - технічні
- г) релігійні
- д) історичні
- е) кримінальні
- ж) любовні
- з) педагогічні
- і) ніякі не цікавлять
- г) текст на різних медіапристрогах

Яке визначення медіаграмотності видається вам вірним?

а) процес підготовки медіаграмотної людини, що володіє розвиненою здатністю до сприйняття, створення, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі

б) сукупність навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, оцінювати та створювати повідомлення в різних видах медіа, жанрах та формах

в) рух, покликаний допомогти людям розуміти, створювати та оцінювати культурну значущість аудіовізуальних та друкованих текстів

Для чого, на вашу думку, людині необхідна медіаграмотність?

а) щоб вміти створювати медіатексти (статті, відеосюжети, пости в соц.мережах)

б) щоб правильно споживати інформацію, аналізувати її, ставиться до всього критично

в) щоб вміти визначати неправдиву інформацію

г) свій варіант

Що Ви робитимете, якщо в електронному листі від незнайомої людини прохання зайти на веб-сайт?

а) проігноруєте або видалить лист

б) Запитайте у знайомого комп'ютерного фахівця, що робити

в) відправте лист у відповідь з відмовою

г) зайдете на сайт за посиланням у листі

д) інше

е) важко відповісти

Що Ви вмієте робити для того, щоб убезпечити свої особисті дані?
(Виберіть один або кілька варіантів відповіді)

а) проводити чищення комп'ютера від непотрібних файлів

б) проводити перевірку комп'ютера на віруси

в) робити резервні копії файлів, що зберігаються на комп'ютері

г) змінювати особисті паролі на комп'ютері та в соціальних мережах

д) важко відповісти

е) інше

Що з наведеного нижче ви вмієте робити?

(Виберіть один або кілька варіантів відповіді)

а) створювати публікацію в соціальній мережі

б) створювати веб-сайти

в) створити та викласти відео в соціальні мережі, інтернет

- г) купувати, замовляти товари в інтернет-магазинах
- д) завантажувати аудіозаписи, відео
- е) інше